



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Responsabilidad social corporativa y su influencia en la ventaja competitiva de la empresa
FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORA:

Br. Rosales Purizaca, Berthany Del Socorro (ORCID: 0000-0003-3568-8602)

ASESOR:

Dr. Castillo Palacios, Freddy William (ORCID: 0000-0001-5815-6559)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Gestión de organizaciones

Piura – Perú

2019

Dedicatoria

A Dios, mi Creador y Padre Celestial con todo mi corazón, por su luz brillante que me cuidó desde antes de formarme en el vientre de mi madre y estar a mi lado en cada respiro, por fortalecer mi carácter y humildad, iluminando mi mente con sus bendiciones en esta hermosa experiencia profesional.

Y a la memoria de mi papá abuelito, ya que con su ejemplo y amor incondicional me encaminó a servir siempre con amor y ser perseverante en mis metas trazadas.

Agradecimiento

A mi madre y mi hermano, por su apoyo incondicional y enseñarme con valores a ser una mujer independiente y lograr con ética el éxito en todo lo que me proponga.

A mis jefes, por el apoyo brindado y permitir desarrollarme profesionalmente en sus empresas.

A mis asesores, que con paciencia me enseñaron que con un paso a la vez se pueden lograr grandes cosas.

Página del jurado



Universidad César Vallejo
Facultad de Ciencias Empresariales
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo – Piura, siendo las 5:00 pm del día SABADO 21 de DICIEMBRE del 2019.

El Jurado Evaluador de la Tesis denominada:

“Responsabilidad social corporativa y su influencia en la ventaja competitiva de la empresa Fruitxchange S.A.C., Sullana 2018”

Sustentada por:

ROSALES PURIZACA BERTHANY DEL SOCORRO

Bachiller en: _____
(Apellidos) (Nombres)

Administración.

ACUERDAN:

Aprobar

RECOMIENDAN

Presidente (a) del Jurado: Dra. Nélide Rodríguez de Peña

Nombre Completo

Firma

Miembro (a) del Jurado: Dra. Mercedes Palacios de Briceño

Nombre Completo

Firma

Miembro (a) del Jurado: Dr. Freddy Castillo Palacios

Nombre Completo

Firma

> **CAMPUS PIURA**

Av. Prolongación Chulucanas S/N Z.I.III
Tel.: (073) 285900 anx.: 5501

fb/ucv.piura
somosucv.edu.pe
#AsíEsLaUCV

ucv.edu.pe

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Berthany del Socorro Rosales Purizaca con DNI N° 41020223, bachiller de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Escuela Académico Profesional de Administración de la “Universidad César Vallejo”.

Declaro la autenticidad de mi estudio de investigación denominado “RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y SU INFLUENCIA EN LA VENTAJA COMPETITIVA DE LA EMPRESA FRUITXCHANGE S.A.C., SULLANA 2018”, para lo cual, me someto a las normas sobre elaboración de estudios de investigación al respecto.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Piura, 10 de diciembre del 2019



Berthany del Socorro Rosales Purizaca

DNI N°41020223

Índice

	Pág.
Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	11
2.1 Tipo y diseño de investigación	11
2.2 Población, muestra y muestreo	13
2.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	14
2.4 Procedimiento	15
2.5 Método de análisis de datos.....	15
2.6 Aspectos éticos	16
III. RESULTADOS	17
V. CONCLUSIONES	28
VI. RECOMENDACIONES	29
VII. PROPUESTA.....	30
VIII. REFERENCIAS	50
ANEXOS	52
Anexo N° 1. Matriz de Consistencia	53
Anexo N° 2. Matriz de instrumentos.....	54
Anexo N° 3. Formato del cuestionario a personal responsable de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., en relación a la variable responsabilidad social corporativa.	55
Anexo N° 4. Formato del cuestionario a personal responsable de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., en relación a la variable ventaja competitiva.	57
Anexo N° 5. Formato del cuestionario a la comunidad local, entorno a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.	59

<i>Anexo N° 6. Formato de la guía de entrevista al Gerente General de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.</i>	<i>60</i>
<i>Anexo N° 7. Informe del cuestionario aplicado al personal de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., respecto a las variables responsabilidad social corporativa y ventaja competitiva</i>	<i>61</i>
<i>Anexo N° 8. Informe de la guía de entrevista al gerente de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., respecto a las variables responsabilidad social corporativa y ventaja competitiva</i>	<i>64</i>
<i>Anexo N° 9. Validación de jueces expertos respecto a los instrumentos</i>	<i>66</i>
<i>Anexo N° 10. Validación de la confiabilidad del instrumento</i>	<i>75</i>
<i>Anexo N° 11. Relación del personal y comunidad local</i>	<i>78</i>
<i>Anexo N° 12. Evidencias visuales de la aplicación de los instrumentos.....</i>	<i>79</i>
<i>Anexo N° 13. Acta de originalidad de Turnitin.....</i>	<i>82</i>
<i>Anexo N° 14. Pantallazo del porcentaje Turnitin.....</i>	<i>83</i>
<i>Anexo N° 15. Autorización de publicación de tesis.....</i>	<i>84</i>
<i>Anexo N° 16. Autorización de la versión final de tesis</i>	<i>85</i>

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general, analizar la influencia de la responsabilidad social corporativa en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018. Utilizando de manera metodológica el diseño no experimental y de tipo correlacional, a través de la recolección de datos; (03) cuestionarios y (01) guía de entrevista, que fueron aplicados a la población conformada por 124 colaboradores, siendo la muestra igual a la población, utilizando la técnica de recuento del censo, los resultados fueron representados mediante tablas de frecuencia y porcentaje donde se determinó la situación y medidas de correlación que incidieron en el análisis del estudio. Entre las conclusiones se pudo demostrar que sí existe una correlación altamente significativa respecto de la variable responsabilidad social corporativa frente a la ventaja competitiva, materias de estudio; demostrando que no se destina y distribuye adecuadamente los presupuestos económicos en proyectos sociales y ambientales que brinda la empresa, pero sí se proporciona beneficios de empleabilidad, no obstante, el personal siente que no se está cumpliendo adecuadamente con las contribuciones según el régimen laboral, ya que la empresa se encuentra acogida al régimen laboral agrario, así mismo, tampoco se han realizado talleres, campañas o planes de concientización ambiental de la mano con la comunidad.

Palabras claves: Responsabilidad social, ambiental, económica y ventaja competitiva

ABSTRACT

The present research work had as a general objective, analyze the influence of corporate social responsibility on the competitive advantage of the company FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana year 2018. Methodologically using the non-experimental and correlational type design, through data collection; (03) questionnaires and (01) interview guide, applied to the population formed by 124 collaborators, the sample being equal to the population, using the census counting technique, the results were represented by frequency and percentage tables where it was determined the situation and correlation measures that affected the analysis of the study. The conclusions show that there is a highly significant correlation with respect to the variables of the study, demonstrating that economic budgets are not appropriately allocated and distributed in social and environmental projects, but if employability benefits are provided, but not adequately met. the contributions according to the labor regime, however, workshops, campaigns or plans of environmental awareness have not been carried out.

Key words: Social, environmental, economic and competitive advantage

I. INTRODUCCIÓN

En relación con la realidad problemática, fue necesario determinar el análisis del entorno, siendo el crecimiento económico a nivel mundial que representó una proyección anual del 3,1% para el cierre del periodo anual 2018 a diferencia de los próximos dos periodos anuales que representó una variación con un menor margen, debido a la desaceleración de sus actividades productivas, estableciendo políticas de recuperación de mercados, determinándose que la actividad de exportación es uno de los aspectos claves que ha permitido un mayor potencial económico (Banco Mundial - BIRF, 2018).

A nivel latinoamericano, el Perú se ha visto influenciado por las inversiones públicas y privadas, representando una proyección del 4% en el cierre del periodo anual 2018, reflejando así una de las tasas con mayor dinamismo, debido también a la Alianza del Pacífico que ha reflejado un crecimiento en la exportación, representando una tasa del 22%, logrando estar por encima de México 4,4%, Chile 9,9% y por último de Colombia 19%; sin embargo, aún existen algunas incertidumbres de estabilidad económica (Instituto Peruano de Economía - IPE, 2018).

Por el contrario, en el Perú producto de las actividades de exportación, desarrollo productivo de extracción, procesamiento y exportación han generado un crecimiento económico residual; así mismo, las empresas de estos sectores y principalmente del sector agroindustrial que han contribuido a la participación y bienestar de la población donde realizan sus operaciones y/o actividades, cumpliendo con las políticas y estatutos establecidos en la empresa; así también se evidencia que más del 70% de las empresas no realizan eficientemente este factor (Diario El Peruano, 2016).

A nivel regional, Piura es uno de los impulsores primordiales de la economía en la zona norte del país debido a que contribuye al 5% del PBI, siendo sus factores potenciales: la minería, pesquería, turismo, inmobiliaria y agroexportación, esta última genera un mayor desarrollo en la región, así mismo los proyectos públicos y privados de alta proyección económica que se han venido ejecutando; lo que ha reflejado una contribución en el entorno, fomentando su desarrollo y sostenibilidad en la población, mostrando índices favorables (Diario La República, 2017).

De acuerdo a Fruitxchange s.f (2019), FRUITXCHANGE S.A.C. es una empresa dedicada esencialmente a producir, procesar y exportar uva de mesa, ha sido creada hace 10

años con una visión ecológica, presentando dificultades relacionadas con la responsabilidad económica, debido a que no se está distribuyendo adecuadamente este factor en relación a coberturas de programas sociales; así mismo, la responsabilidad social, que se está cumpliendo con generar una mayor empleabilidad y beneficios sociales, excepto de las áreas operativas relacionadas con el cultivo tradicional de la uva que afecta a la estabilidad del personal de acuerdo a las condiciones laborales establecidas, lo que en su mayoría no es adecuada; y con respecto a la responsabilidad medioambiental, es uno de los elementos claves de contribución al entorno donde opera la empresa. Por lo general se están proyectando planes de gestión ambiental, pero no se logran implementar adecuadamente; sin embargo, la empresa regularmente ha mantenido un liderazgo en el sector de exportación de su producto, puesto a que existen una serie de elementos en función a la producción.

De continuar con estos factores se teme, que la empresa a un largo tiempo carezca de un correcto desarrollo productivo en función a sus actividades en relación a la integración y bienestar de la población, así mismo de la concientización y proyección medioambiental, que son factores claves que determinan el posicionamiento del sector. Mientras que, en relación a la ventaja competitiva, sus márgenes de rentabilidad y expansión a otros mercados internacionales, ha sido favorable para su crecimiento, es por ello que la empresa deberá reconocer, determinar y aplicar las estrategias de RSC idóneas, que permitan la diferenciación de sus procesos basados en la ética empresarial para exportar las variedades de uva que produce, permitiendo así beneficiar a sus grupos de interés, principalmente por el medio ambiente, obteniendo un nivel de ventaja competitiva en su sector y evitando la pérdida de clientes.

Internacionalmente se consideró a Cabrera (2017) en su estudio titulado *“Responsabilidad social empresarial en las agroindustrias productoras de melón del departamento de Zacapa”* en la Universidad Rafael Landívar de Zacapa - Guatemala, perteneciente a la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, teniendo como objetivo general, determinar la importancia de aplicar la responsabilidad social empresarial en las industrias productoras de melón, siendo su metodología transversal – descriptiva, mientras que su instrumento utilizado fue el cuestionario, demostrando los siguientes resultados y conclusiones:

El 100% de las empresas productoras no mantienen alianzas con otras organizaciones para desarrollar actividades en la comunidad local, así mismo 35,71% de los encuestados

consideran que deben ayudar a la comunidad y comprometerse con la sociedad, mientras que 33,33% de ellos mencionan que deben dar un mejor trato a su personal, así también 25% consideran que deben brindar un mantenimiento a lugares aledaños de la empresa, brindar donativos a escuelas, utilización de recursos y aportes económicos considerando la ética, sin embargo el 77,78% consideran que se debería fortalecer la protección del medio ambiente, llegando a la conclusión que el desarrollo de la responsabilidad a nivel social en las empresas es de gran valor ya que permite mantener un adecuado equilibrio de acuerdo a sus actividades, la comunidad y el medioambiente.

Aponte y Gonzáles (2016) en su estudio titulado “*Evaluación de los programas de responsabilidad social empresarial en una empresa agroindustrial ubicada en Valencia Estado de Carabobo*”, en la Universidad de Carabobo – Venezuela, de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, teniendo como objetivo general, evaluar los programas de la RSE en la empresa Agroindustrial, siendo su metodología transversal – descriptiva, mientras que su instrumento utilizado fue el cuestionario, demostrando los siguientes resultados y conclusiones:

EL 58% de los encuestados están de acuerdo con la implementación de los programas de RSE, evaluando su impacto, a diferencia de un 22% que mantiene una posición neutral, así mismo consideran que no existe personal suficiente para la implementación de dicho proyecto y desconocen su beneficio, en relación al medio laboral, 88% está de acuerdo que la empresa posee programas basados en la prevención laboral, mientras que el 71% está en total acuerdo con el enfoque al medio ambiente, el 18% por su parte es neutral y el 78% está también en total acuerdo con los procedimientos de legislación vigente, llegando a la conclusión que la empresa otorga ayudas sociales sin fines de lucro, mediante donaciones y colaboraciones, manteniendo la imagen de estar comprometidos con el entorno social y medio ambiental.

A nivel nacional, Flores y Silva (2018) en su estudio titulado “*La responsabilidad social empresarial para incrementar la competitividad en la empresa Helatonys –Chiclayo 2016*”, de la Universidad Señor de Sipán en Pimentel, Perú, perteneciente a la Facultad de Ciencias Empresariales, teniendo como objetivo general, proponer estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para incrementar la competitividad en la empresa Helatonys, siendo su metodología transversal – descriptiva, mientras que su instrumento

utilizado fue el cuestionario, guía de entrevista y guía de observación, demostrando los siguientes resultados y conclusiones:

La responsabilidad a nivel social empresarial y la competitividad se relacionan, calificándose un nivel bueno 55% de RSE, mientras que en la responsabilidad legal fue calificado en un nivel regular 45%, a diferencia de la responsabilidad de ética en un nivel muy bueno 60%, respecto a la competitividad muestra un nivel regular y muy bueno, demostrando que sí se está cumpliendo con promover el derecho laboral y actividades de concientización a la comunidad local, así mismo cuentan en regular medida con programas de capacitación para valorar y mantener lineamientos basados en la protección ambiental, siendo importante el apoyo de ONG, además presentan una adecuado liderazgo en sus costos y un alto nivel de orientación e innovación tecnológica, así también poseen planes de acción enfocados al aprovechamiento del mercado o sector competitivo.

Hernández y Manrique (2017) en su estudio titulado “*La responsabilidad social empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca*”, en la Universidad San Ignacio de Loyola – Lima, Perú, perteneciente a la Facultad de Ciencias Empresariales, teniendo como objetivo general, analizar la influencia de la responsabilidad social empresarial en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca, siendo su metodología no experimental – correlacional, mientras que su instrumento utilizado fue el cuestionario y guía de entrevista, demostrando los siguientes resultados y conclusiones:

La responsabilidad social empresarial y competitividad muestra una influencia directa, así mismo en función al aspecto social, 65% está de acuerdo con las contribuciones laborales, mientras que 61% está de acuerdo con las asignaciones salariales, así también 74% está totalmente de acuerdo con la formación y desarrollo laboral, sin embargo 43% no está de acuerdo con las políticas laborales, sin embargo en función al ámbito económico 44% está de acuerdo con las relaciones comerciales que fomenta con sus proveedores y con la región, mientras que en el medio ambiente, 65% está de acuerdo que la empresa tiene como objetivo generar un bajo impacto ambiental, y 70% está de acuerdo que participan en actividades de concientización ambiental, llegando a la conclusión que la empresa regularmente está desarrollando una adecuada aplicación de la RSE en sus actividades.

A nivel local, Bazalar (2017), en su estudio titulado “*Lineamientos de responsabilidad social empresarial para la gestión del Fondo Nacional de Desarrollo Pesquero – Zonal Paíta, Piura – 2017*”, en la Universidad César Vallejo de Piura, Perú, perteneciente a la Facultad de Ciencias Empresariales, teniendo como objetivo general, determinar los lineamientos de Responsabilidad Social Empresarial que se requieren para la gestión del Fondo Nacional de Desarrollo Pesquero, siendo su metodología transversal – descriptiva, mientras que su instrumento utilizado fue el cuestionario, demostrando los siguientes resultados y conclusiones:

El 34,79% está casi siempre de acuerdo con el desempeño laboral, mientras que el 56.2% está de acuerdo que los directivos identifiquen el bienestar de sus colaboradores, sin embargo en función a las prácticas sociales, el 39.13% menciona que la institución sí participa activamente en proyectos sociales, mientras que el 65.22% mencionan que casi nunca se brindan oportunidades a practicantes profesionales, por el contrario el 30.43% está de acuerdo que la institución sí realiza campañas de interés público, mientras que el 43,48% menciona que no se promueven programas de desarrollo de investigación y tecnología social, mientras que el 25.72% menciona que siempre la institución voluntariamente realiza actividades sociales, concluyendo en que no se está cumpliendo de manera correcta respecto al contexto o ámbito social.

Yañez (2017) en su estudio titulado “*Propuesta de estrategias de responsabilidad social como ventaja competitiva en la empresa Agropesca del Perú S.A.C. en la ciudad de Sullana – Año 2017*”, en la Universidad César Vallejo de Piura, Perú, perteneciente a la Facultad de Ciencias Empresariales, teniendo como objetivo general, proponer estrategias de responsabilidad social empresarial para la generación de ventaja competitiva en la empresa, siendo su metodología transversal – descriptiva, mientras que su instrumento utilizado fue el cuestionario y guía de entrevista, demostrando los siguientes resultados y conclusiones:

En la empresa el 55% está de acuerdo en que se involucran en el desarrollo laboral, mientras que el 57,44% mantienen una calificación regular respecto al compromiso de la empresa en función al crecimiento de la comunidad, así mismo el 75% está de acuerdo que la empresa sí desarrolla programas en función a la responsabilidad social, por su parte la ventaja competitiva, muestra que en los últimos 3 años, la producción por toneladas ha mantenido un crecimiento al igual que las utilidades, teniendo como objetivo a mediano

plazo un liderazgo en sus costos, así también en los últimos 6 meses ha adquirido nueva tecnología para mejorar los niveles de productividad en sus procesos de producción, llegando a la conclusión que la empresa mantiene un nivel regular en el desarrollo de la RSE, sin embargo es necesario tomar acciones basadas a generar actividades sociales enfocadas al bienestar de la comunidad.

Para dar fundamento al estudio, se determinaron a través de basamentos a nivel teórico respecto a las variables considerándose, que fueron estructuradas con los aportes de los principales autores. Para Cajiga (2018) la responsabilidad social empresarial “Es el compromiso de manera consciente y coherente de la empresa para cumplir de manera integral sus objetivos, teniendo en cuenta a sus stakeholders en el ámbito social, económico y ambiental, manifestando respeto a sus valores éticos para el bien común y mejora continua para que la empresa pueda ser más competitiva promoviendo el desarrollo de la comunidad”.

Mientras que Hernández (2014) expresa que la responsabilidad social corporativa, “Es la obligación contractual de una determinada empresa u organización en maximizar el impacto positivo y minimizar el impacto negativo que se produce por sus actividades respecto a los factores sociales y/o ambientes en el entorno donde operan”.

La responsabilidad social corporativa es muy importante puesto que las empresas de los diversos sectores deben ofrecer sus productos y/o servicios teniendo en cuenta la contribución social, ya que así se permitirá mayores beneficios relacionados con el recurso humano, cultura ambiental y concientización del entorno (Hernández, 2014).

Así también Hernández (2014) manifiesta que las dimensiones de la responsabilidad social corporativa están determinadas por varios aspectos, no obstante, existen tres aspectos o dimensiones de mayor relevancia:

Responsabilidad social corporativa a nivel económica; principalmente está reflejada en relación a las actividades que desarrollan las empresas u organizaciones en cuenta a la producción de sus productos y/o servicios en función a los grupos de interés respecto a sus actividades que permite una mayor cobertura de programas sociales, ayudas o sanciones públicas percibidas.

Responsabilidad social corporativa a nivel social; se basa en la preocupación de una determinada empresa respecto al entorno social, comunidad local o población,

manteniendo el respeto ante sus culturas, costumbres e involucrándolos mediante acciones que beneficien su bienestar, como proyectos sociales.

Responsabilidad social corporativa a nivel medioambiental; aquella que se enfoca esencialmente a las acciones respecto al medio ambiente o en torno de la naturaleza, a través de la gestión ambiental y de la sostenibilidad respecto a sus operaciones.

Mientras que Luna (2014) expresa que la responsabilidad social corporativa se encuentra directamente relacionada con la ética, la cual está esencialmente basada en la moral de los individuos y de los diferentes patrones sociales que permiten específicamente dar un juicio de valor sobre la responsabilidad, así mismo se clasifican en dos aspectos de mayor relevancia, los cuales se mencionan: En función a la argumentación favorable del compromiso social empresarial y en función a la argumentación no favorable con el compromiso social

Di Genova (2012) expresa que la RSC también mantiene una relación consistente con el valor sostenible, puesto que es un factor predominante basado en la superación de paradigmas a nivel tradicional, relacionadas con la comunidad local o sociedad y principalmente con los factores políticos, de los cuales se desprenden específicamente tres paradigmas:

Paradigma de Responsabilidad social corporativa respecto a crear valor económico; buscando el aumento de rentabilidad en función a un ambiente de inversiones para aumentar el valor patrimonial de las empresas.

Paradigma de Responsabilidad social corporativa respecto a crear valor social; busca bienestar y progreso social, generando un mayor nivel de empleabilidad y reducir tasas de desempleo en una determinada población o comunidad local.

Paradigma de Responsabilidad social corporativa respecto a la creación de un valor sostenible; se basa en los resultados fundamentalmente relacionados con la interacción sistemática en las empresas en función a la creación de un valor sostenible respecto a los dos paradigmas de RSC anteriores.

En función a los diferentes beneficios de la RSC, Di Genova (2012) manifiesta que existen una serie de beneficios en la responsabilidad corporativa, que está representada principalmente por la mejora en la contratación y la generación de mayores oportunidades laborales, así mismo mantener un adecuado nivel en la lealtad de sus principales clientes

tanto naturales como también corporativos, así también la valoración de la marca e imagen que representa la empresa, como también del apoyo con los programas o proyectos sociales, donde el entorno social mantendrá una fuerte relación o interacción con las actividades operativas de la empresa, así mismo la disminución de la contaminación social y el involucramiento y compromiso adecuado del personal, manteniendo la práctica de valores y la ética laboral.

En función a la ventaja competitiva, Porter (2015) menciona que, son aquellas acciones ofensivas y defensivas que desarrolla una empresa con el propósito de establecer una posición que brinde ventaja en función a sus competidores y en función a un segmento o sector competitivo, manteniendo así un nivel sostenible a largo plazo y estableciendo un mayor índice de rentabilidad en relación a sus actividades productivas.

Por su parte Hill y Jones (2015), señalan que para que una organización obtenga ventaja competitiva debe contar con una rentabilidad por encima del promedio que sus competidores en el sector, es decir que, cuanto más rentable sea con respecto a la competencia, poseerá mayor ventaja competitiva y en el caso que pueda mantenerla a lo largo de los años lograría una ventaja competitiva sostenida.

Porter (2015) manifiesta que hay una variedad de ventajas competitivas, particularmente estrategias genéricas que definen la competitividad a nivel empresarial, que generan ventaja competitiva en el mercado o sector donde desarrollan su producción, existen tres estrategias que determinan la ventaja competitiva. A continuación, se describen:

Capacidad de producción; es la capacidad necesaria para reducir costos durante sus actividades productivas o cadena de valor, para que alcance disminuir gastos y poder ofrecer precios competitivos hacia el consumidor final o clientes, manteniendo en el mercado potencial un notable liderazgo.

Enfoque interno; se basa a la diferenciación de una empresa respecto a sus competidores ofreciendo características exclusivas en la producción de los productos que brindan en el mercado y que puedan lograr un mejor precio.

Enfoque de mercado; es donde la empresa satisface determinados segmentos, mediante sus productos y/o servicios en relación a un mercado local, con el propósito de aumentar su intervención en un segmento.

Porter (2015) menciona que estos elementos se relacionan de manera considerable para desarrollar estrategias competitivas, puesto que se enfocan en las ventajas que facilita una empresa, los cuales se describen a continuación:

Cadena de valor; herramienta basada en el conjunto de acciones que una empresa diseña, fabrica y comercializa sus productos en un mercado competitivo.

Ventaja competitiva; es la ventaja de manera sostenible que desarrolla o posee una determinada empresa frente a sus competidores en función a los resultados obtenidos y al posicionamiento en un mercado.

Además Porter (2015) menciona que la ventaja competitiva es de gran importancia y valor, debido básicamente a que al aplicar cada una de las estrategias se facilita en toda empresa basado a obtener una mayor ventaja competitiva en referencia a sus competidores, debiéndose adaptar a estas condiciones y requisitos, además se evidenciaría un crecimiento a nivel económico y rentable de sus actividades, que habitualmente las empresas aspiran en poder alcanzar de manera continua por encima de los inconvenientes que restringen su crecimiento.

En función a la formulación del problema, se determinó por la pregunta general: ¿De qué manera la responsabilidad social corporativa influye en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018?, mientras que las preguntas específicas fueron establecidas en función a las dimensiones de la variable RSC, respecto a la segunda variable Ventaja competitiva como se mencionan a continuación: ¿Cómo la responsabilidad económica influye en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018?, ¿Cómo la responsabilidad social influye en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018? y ¿Cómo la responsabilidad medio ambiental influye en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018?

Para justificar el estudio, se rigió en función a Hernández et al (2014) quienes mencionan que existen una serie de razones del por qué, y para qué se realiza un estudio, por lo que fueron determinados a nivel práctico, económico y de un alcance social. Desde la perspectiva práctica, puesto a que el estudio se basará esencialmente a comprender la realidad problemática existente en torno a la empresa, debido a que existen muchos aspectos deficientes que inciden en la aplicación adecuada de la práctica de la responsabilidad social

a través de la cobertura económica en programas sociales, cumplimiento de las políticas económicas, beneficios sociales al personal, proyectos sociales y medio ambientales que la empresa frecuentemente no está fomentando de manera adecuada, a nivel económico debido a que el análisis de los factores deficientes relacionados específicamente con las prácticas de responsabilidad social, cuentan con algunas deficiencias relacionadas con la distribución adecuada del presupuesto hacia la contribución social, puesto que no se están gestionando adecuadamente los presupuestos destinados a proyectos y/o programas sociales y medio ambientales, a nivel social, se justificará al estudio principalmente a que la empresa deba optar acciones relacionadas a garantizar el bienestar de la comunidad y/o entorno social mediante la adecuada práctica de la responsabilidad social corporativa, además que el estudio servirá como base científica para otros estudios.

En función a la hipótesis, se determinó por la hipótesis general: La responsabilidad social corporativa influye significativamente en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018, mientras que las hipótesis específicas fueron establecidas en relación a las dimensiones de la variable RSC, respecto a la segunda variable Ventaja competitiva: Primero, la responsabilidad social económica influye significativamente en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018, segundo: la responsabilidad social influye significativamente en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018 y tercero, la responsabilidad medio ambiental influye en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018.

Respecto al objetivo del estudio, éste fue establecido por el objetivo general: Analizar la influencia de la responsabilidad social corporativa con la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018, mientras que los objetivos específicos fueron establecidos en función a las dimensiones de la variable RSC, respecto a la segunda variable Ventaja competitiva. Primero: Determinar la influencia de la responsabilidad económica en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018, segundo: Describir la influencia de la responsabilidad social en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018 y tercero: Identificar la influencia de la responsabilidad medioambiental en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018.

II. MÉTODO

El estudio tiene su base esencial en describir los procesos metodológicos que servirán como lineamiento del estudio, comprendiendo el diseño y tipo, así mismo de los objetivos propuestos y que se establecen en el estudio, para que permita sustentar su desarrollo respecto a un contexto metodológico. A continuación, se describan, dando énfasis a los criterios que se regirá la investigación:

2.1 Tipo y diseño de investigación

Hernández et al. (2014) el presente estudio es, no experimental, puesto que no se realizará ningún tipo de manipulación o intencionada de las variables, ya que se observan los hechos existentes dentro de un contexto de manera natural, así mismo el estudio es transversal, debido que la recolección de los distintos datos se realizará de durante un período limitado, de enfoque cualitativo y cuantitativo, así también el recojo de los datos son cuantificables y observables, los mismos que serán contrastados con la hipótesis del estudio. Además, menciona que los estudios correlacionales – causales miden principalmente el índice de relación entre las variables: “*Responsabilidad social corporativa y ventaja competitiva*”, con el propósito de establecer la influencia de las características, elementos, procesos, factores, población y problema, así mismo limitar la influencia de causalidad, mediante las hipótesis, para poder evaluar el nivel de causalidad.

Dónde:

M = Población

O₁= Responsabilidad social corporativa

O₂= Ventaja competitiva

r = Relación entre las variables

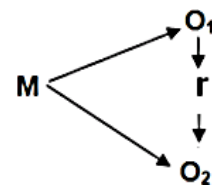


Tabla 1. Matriz de operacionalización de las variables – Responsabilidad social corporativa y ventaja competitiva.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
O₁ RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	Hernández (2014) expresa que la responsabilidad social corporativa, es la obligación contractual de una determinada organización o empresa en maximizar el impacto positivo y disminuir al mínimo el impacto negativo que se produce por sus actividades respecto esencialmente a los factores sociales y/o ambientes en el entorno donde operan.	▪ Responsabilidad económica	Se midió mediante la cobertura de programas sociales, ayudas públicas recibidas y sanciones públicas impuestas a través de los instrumentos: (02) cuestionarios al personal y (01) guía de entrevista al gerente general de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cobertura de programas sociales. ▪ Ayudas públicas recibidas. ▪ Sanciones públicas impuestas. 	▪ Ordinal
		▪ Responsabilidad social	Se midió mediante el nivel de empleabilidad, beneficios sociales al personal y proyectos sociales a través de los instrumentos: (02) cuestionarios al personal, y (01) guía de entrevista al gerente general de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nivel de empleabilidad. ▪ Beneficios sociales al personal. ▪ Proyectos sociales. 	
		▪ Responsabilidad medio ambiental	Se midió mediante el suministro de los recursos, concientización ambiental y planes de gestión ambiental a través de los instrumentos: (02) cuestionario al personal, (01) cuestionario a la comunidad local y (01) guía de entrevista al gerente general de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Suministro de los recursos. ▪ Concientización ambiental. ▪ Planes de gestión ambiental. 	
O₂ VENTAJA COMPETITIVA	Porter (2015) menciona que son aquellas acciones ofensivas y defensivas que desarrolla una empresa de todo tipo y capacidad de organización con el propósito de establecer una especie o posición de ventaja respecto a sus competidores en un determinado segmento o sector competitivo, manteniendo un nivel sostenible a largo plazo.	▪ Capacidad de producción	Se midió mediante el volumen de producción, productos estandarizados y precio competitivo, a través de los instrumentos: (02) cuestionario al personal y (01) guía de entrevista al gerente general de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Volumen de producción. ▪ Productos estandarizados. ▪ Precio competitivo. 	▪ Ordinal
		▪ Enfoque interno	Se midió mediante la orientación al cliente, innovación tecnológica y características del producto, a través de los instrumentos: (02) cuestionario al personal y (01) guía de entrevista al gerente general de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Orientación al cliente. ▪ Innovación tecnológica. ▪ Características del producto. 	
		▪ Enfoque de mercado	Se midió mediante el dinamismo y conocimiento del mercado, así mismo del mercado potencial, a través de los instrumentos: (02) cuestionario al personal y (01) guía de entrevista al gerente general de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dinamismo del mercado. ▪ Conocimiento del mercado. ▪ Mercado potencial. 	

Fuente: Elaboradora por la autora.

2.2 Población, muestra y muestreo

En relación a la población que conforma el personal de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., estuvo determinada por 124 colaboradores registrados en la planilla en función al periodo 2018, por su parte la comunidad local, abarcó la ciudad de Sullana, respecto a los distritos que se sitúan en torno a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., la cual estuvo conformada por la población de 287,680 habitantes.

Mientras la muestra está conformada por la totalidad de individuos que poseen alguna similitud o igualdad en función a sus características o condiciones en función al objetivo del estudio, demostrando que la población es igual a la muestra del estudio, donde: $N = n$, siendo 124 colaboradores el total de la muestra, por lo tanto se realizó un CENSO, que sería el registro del total de colaboradores que se encuentran establecidos en la empresa; por otro lado, la muestra de la comunidad fue determinada por medio de la fórmula estadística de tipo probabilística de población finita. Desarrollándose la siguiente la fórmula:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q * N}{d^2 * N}$$

Donde:

N: 287,680 habitantes

d: Precisión

Z_{α} : Grado de significancia 1.96

(p): Nivel éxito esperada (0.50)

(q): Nivel de fracaso (0.50)

Dando el siguiente resultado estadístico:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 287,680}{0.05^2 * 287,680} = 384 \text{ habitantes}$$

Por su parte el tipo de muestreo, es probabilístico aleatorio simple, siendo que se determinó totalidad de muestra que corresponde a la comunidad local estableciendo una similitud en función a las probabilidades de ser seleccionadas al azar respecto a los habitantes de la ciudad de Sullana, permitiendo el progreso del estudio a través de la

aplicación de los instrumentos. En relación al criterio de selección: En la primera muestra se incluirá al personal registrado en planilla de la empresa, la cual cuenta con un contrato indefinido y/o temporal mayor a 3 meses que se encuentra en las edades de 18 a 55 años, mientras para la segunda muestra se incluirá a población que comprenden las mismas edades y que residen actualmente en diferentes zonas urbanas y rurales en torno a la empresa: En función a los criterios de exclusión, se excluirá al personal que no se encuentra registrado en planilla y que poseen un contrato temporal respecto a las edades de 18 a 55 años, finalmente se excluirá a la comunidad local que no residan en algún distrito de la ciudad Sullanera o en su entorno.

2.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Para la recolección de los diferentes datos, se establecieron (02) técnicas, respecto a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., los cuales se mencionarán a continuación:

Encuesta; técnica de nivel cuantitativa que fue estructurada respecto a los indicadores, tanto de responsabilidad social corporativa y ventaja competitiva, con el propósito fundamental de describir los distintos aspectos o elementos que inciden en el problema del estudio. Se aplicaron 02 encuestas.

Entrevista; técnica secundaria, de nivel cualitativa, la cual fue estructurada en función a los indicadores de responsabilidad social corporativa y ventaja competitiva, con la intención de dar a conocer el contexto el contexto del problema a través relativamente desde una perspectiva gerencial. Se aplicó 01 entrevista.

En relación a los instrumentos de recolección de los diferentes datos, se establecieron (02) instrumentos, respecto a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., las cuales se mencionarán a continuación:

Cuestionario; se aplicó al personal responsable que constó de 18 ítems para medir la variable responsabilidad social corporativa y 18 ítems también para medir la variable ventaja competitiva, así mismo se aplicó a la comunidad local, la cual estuvo determinada por 07 ítems para medir la responsabilidad ambiental, mediante la escala de Likert que comprende cinco alternativas, respecto a la situación problemática. Se elaboraron 04 cuestionarios.

Guía de entrevista; se aplicó al gerente, mediante 12 ítems a través de un asertivo y efectivo diálogo que permitió medir la responsabilidad social corporativa y ventaja competitiva, que fue de gran valor para poder sustentar y fundamentar el problema del estudio. Se elaboró 01 guía de entrevista.

2.3.3 Validación y confiabilidad de instrumentos

En relación a la validez del instrumento, el cuestionario fue validado por (03) jueces expertos que determinaron la valoración de Muy bueno y Excelente en los ítems de los instrumentos (Anexo N°10), permitiendo su aplicación, mientras que la confiabilidad se determinó por el 10% de la población de estudio “Personal y comunidad local”, donde se determinó 0,979 para la variable de RSC, 0,988 para la variable ventaja competitiva para los colaboradores, así mismo 0,866 para determinar la responsabilidad medio ambiental por parte de la comunidad, reflejando un ALTO o EXCELENTE nivel de fiabilidad cumpliendo con las condiciones y coherencia (Abanto, 2015).

2.4 Procedimiento

De acuerdo a los procedimientos utilizados en el estudio, los instrumentos que permitieron recolectar los diferente tipos datos en el estudio, fueron aplicados (02) cuestionarios los colaboradores de la empresa, (01) cuestionario a la comunidad local y (01) guía de entrevista al gerente general de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., a través de una serie de aspectos que permitieron medir su apreciación y criterios que son fundamentales para la sustentación del contexto del problema.

2.5 Método de análisis de datos

El análisis y procesamiento de datos estadístico correlacional, se realizó en función a las variables del estudio “*Responsabilidad social corporativa y ventaja competitiva*”, mediante los cuestionarios aplicados al personal y comunidad local en torno a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., las cuales fueron representadas por un conjunto de tablas que midieron la frecuencia y porcentaje de las respuestas obtenidas por parte de los colaboradores y comunidad local, utilizando una escala de tipo ordinal, mediante el procesamiento o soporte del software estadístico SPSS V. 25.00 y del aplicativo del programa Excel, que han sido esenciales para sustentar el estudio.

2.6 Aspectos éticos

En relación a la elaboración y desarrollo del estudio, se consideraron aspectos y lineamientos enfocados a los aspectos éticos, que son fundamentales durante el direccionamiento del estudio, los mismos que abarcaron el cumplimiento y respeto de las normas APA, así mismo del reconocimiento y validación de la autoría intelectual de los aportes teóricos, fuentes de información, basamentos teóricos y aportes científicos que contribuyeron al estudio, además de la protección del sujeto o grupos de estudio, permitiendo la confidencialidad de las fuentes a nivel primario y secundario.

III. RESULTADOS

El desarrollo de los resultados en el estudio, se han obtenido en función a la aplicación de las técnicas que permitieron recolectar los datos necesarios, así mismo para el cuestionario fue medido mediante la escala ordinal a través de la intensidad o valoración en función a las variables “*Responsabilidad social corporativa y ventaja competitiva*”, con el propósito de determinar aquellos aspectos involucrados en el contexto del problema en función a la apreciación del personal y gerente de la empresa, siendo base esencial para fundamentar los objetivos establecidos, detallándose de la siguiente manera:

OBJETIVO N° 1: Determinar la influencia de la responsabilidad económica en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018.

Tabla 2. *Influencia de la responsabilidad económica en la ventaja competitiva de la empresa*

D ₁ Responsabilidad económica	Escala de alternativas										(Σ) Total	
	(5) TD		(4) DA		(3) IN		(2) ED		(1) ET			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
– Se destina una parte de su presupuesto económico para programas sociales.	11	08,87%	20	16,13%	31	25,00%	51	41,13%	11	08,87%	124	100,00%
– Distribución de los presupuestos programas sociales y medio ambiental	11	08,87%	10	08,87%	31	25,00%	61	49,19%	11	08,87%	124	100,00%
– El MINAM y otras organizaciones han contribuido a la empresa.	10	08,87%	21	16,94%	52	41,94%	20	16,13%	21	16,94%	124	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores

Los resultados de la Tabla 2, muestran que respecto a la responsabilidad económica, los colaboradores de la empresa, calificaron en desacuerdo un 41,13% el destino del presupuesto económico y programas sociales, a diferencia de un 08,87% que lo calificó en totalmente en desacuerdo y totalmente de acuerdo, así mismo calificaron en desacuerdo un 49,19% la distribución adecuada de los presupuestos de programas sociales y medio ambiental a diferencia de un 08,87% que lo calificó totalmente de acuerdo, de acuerdo y totalmente en desacuerdo, así también calificaron un 41,94% indeciso la contribución pública, a diferencia de un 08,87% que lo calificó totalmente de acuerdo, por lo tanto la causa de los aspectos en el desarrollo de la responsabilidad económica reflejan que no se está distribuyendo adecuadamente el presupuesto económico necesario para programas sociales, así mismo las autoridades públicas y la empresa no han contribuido, sin embargo

no han recibido sanciones por los entes reguladores pero sí han tomado acciones y/o medidas de mejora para evitar ciertas sanciones que afecten a la economía de la empresa.

Tabla 3. *Correlación entre la responsabilidad económica y la ventaja competitiva*

		D ₁ Responsabilidad económica	V ₂ Ventaja competitiva
Rho de Spearman	_ Coeficiente de correlación	1,000**	,920**
	_ Sig. (Bilateral)	,000 ^b	,000 ^b
	_ N°	124	124

***. La correlación es significativa en el nivel 0.01 (unilateral)*

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores

En la Tabla 3, se puede evidenciar que los datos a nivel estadístico en función a la correlación de Rho de Spearman, refleja que sí existe una correlación altamente positiva y significativa (rho= ,920; p = ,000) entre la responsabilidad económica y ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., permitiendo decidir **ACEPTAR** la hipótesis específica.

OBJETIVO N° 2: Describir la influencia de la responsabilidad social en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018.

Tabla 4. *Influencia de la responsabilidad social en la ventaja competitiva de la empresa*

D ₂ Responsabilidad social	Escala de alternativas										(Σ) Total	
	(5) TD		(4) DA		(3) IN		(2) ED		(1) ET			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
- La empresa ha beneficiado a la comunidad local a través de una mayor empleabilidad.	00	00,00%	63	50,81%	30	24,91%	20	16,13%	11	08,87%	124	100,00%
- La empresa cumple con las asignaciones familiares, CTS, vacaciones y feriados.	11	08,87%	20	16,13%	21	16,94%	31	25,00%	41	33,06%	124	100,00%
- La empresa cumple con la ejecución de proyectos sociales.	00	00,00%	21	16,94%	31	25,00%	31	25,00%	41	33,06%	124	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores.

Los resultados de la Tabla 4, muestran que respecto a la responsabilidad social, el personal calificó de acuerdo un 50,81% los beneficios de empleabilidad, a diferencia de un 08,87% que lo calificó en totalmente de acuerdo, así mismo calificaron en totalmente en desacuerdo un 33,06 el cumplimiento de los beneficios laborales, contrario a un 08,87% que calificó en totalmente de acuerdo, así también calificaron en totalmente en desacuerdo un

33,06% la ejecución de proyectos sociales, a diferencia de un 16,94% que calificó en de acuerdo, por lo tanto la causa de los aspectos en el desarrollo de la responsabilidad social reflejan que los colaboradores de la empresa mencionaron que sí se han brindado beneficios a la comunidad local mediante una mayor empleabilidad, sin embargo sienten que no se les está cumpliendo adecuadamente con sus beneficios laborales puesto que la empresa se encuentra acogida al régimen laboral agrario.

Tabla 5. *Correlación entre la responsabilidad social y la ventaja competitiva*

		D ₂ Responsabilidad social	V ₂ Ventaja competitiva
Rho de Spearman	_ Coeficiente de correlación	1,000**	,752**
	_ Sig. (Bilateral)	,000 ^b	,000 ^b
	_ N°	124	124

*correlación es significativa en el nivel 0.01 (unilateral)**.*

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores

En la Tabla 5, a nivel estadístico se puede apreciar en función a la correlación de Rho de Spearman, refleja que sí existe una correlación altamente positiva y significativa ($\rho = ,752$; $p = ,000$) entre la responsabilidad social y la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., permitiendo decidir **ACEPTAR** la hipótesis específica.

OBJETIVO N° 3: *Identificar la influencia de la responsabilidad medio ambiental en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018.*

Tabla 6. *Influencia de la responsabilidad medio ambiental en la ventaja competitiva de la empresa*

D ₃ Responsabilidad medio ambiental	Escala de alternativas										(Σ) Total	
	(5) TD		(4) DA		(3) IN		(2) ED		(1) ET			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
– Suministro de los recursos naturales que la empresa maneja diariamente.	11	08,87%	10	08,06%	52	41,94%	31	25,00%	20	16,13%	124	100,00%
– Se realiza talleres de concientización ambiental y riesgos de la comunidad local.	11	08,87%	30	24,19%	52	41,94%	20	16,13%	11	08,87%	124	100,00%
– Se ejecuta los planes ambientales y evalúa los resultados para tomar acciones	0	00,00%	11	08,87%	30	24,19%	52	41,94%	31	25,00%	124	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores

Los resultados de la Tabla 6, muestra que la responsabilidad medio ambiental, los colaboradores de la empresa, calificaron indeciso un 41,94% los suministros de los recursos naturales, a diferencia de un 08,06% que lo calificó de acuerdo, así mismo que calificaron indeciso un 41,94% los talleres de concientización ambiental y riesgos sociales, a diferencia de un 08,87% que lo calificó en totalmente de acuerdo y totalmente en desacuerdo, así también calificaron en de acuerdo un 41,94 la ejecución de planes ambientales y evaluación de los resultados, a diferencia de un 08,87% que lo calificó de acuerdo, por lo tanto la causa de los aspectos en el desarrollo de la responsabilidad medio ambiental reflejan que el personal de la empresa mencionaron que regularmente se suministran de manera adecuada los recursos naturales a diario, así mismo que algunas veces se han realizado talleres de concientización ambiental, además que no se han ejecutado planes ambientales y mucho menos se han evaluado los resultados obtenidos, para tomar acciones correctivas.

Tabla 7. Percepción de la comunidad local sobre la responsabilidad medio ambiental

D ₃ Responsabilidad medio ambiental	Escala de alternativas										(Σ) Total	
	(5) TD		(4) DA		(3) IN		(2) ED		(1) ET			
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
– La empresa durante el procesamiento, ha contaminado el ambiente	40	10,42%	80	20,83%	183	47,66%	41	10,68%	40	10,42%	384	100,00%
– La empresa realiza charlas y/o talleres de concientización ambiente.	20	05,21%	60	15,63%	122	31,77%	121	31,51%	61	15,89%	384	100,00%
– La empresa ha realizado campañas ambientales en alianza con la población.	40	10,42%	70	18,23%	61	15,89%	183	47,66%	30	07,81%	384	100,00%
– La empresa ha realizado planes ambientales respecto a la protección del medio ambiente.	40	10,42%	60	15,63%	163	42,45%	81	21,09%	40	10,42%	384	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores

Los resultados de la Tabla 7, muestra que para la responsabilidad medio ambiental, la comunidad local, calificaron indeciso un 47,66% la contaminación ambiental, a diferencia de un 10,42% que lo calificó totalmente de acuerdo y totalmente en desacuerdo, así mismo calificaron indeciso un 31,77% la realización de talleres y charlas de concientización, a diferencia un 05,21% que lo calificó totalmente de acuerdo, así también calificaron en desacuerdo un 47,66% las campañas ambientales, a diferencia de un 07,81% que lo calificó en totalmente en desacuerdo, así mismo calificaron indeciso un 42,45% la realización de planes, a diferencia de un 10,42% que lo calificó en totalmente de acuerdo y en totalmente en

desacuerdo, por lo tanto la causa de los aspectos en el desarrollo de la responsabilidad medioambiental refleja que la comunidad local o la población mencionó que la empresa regularmente ha producido contaminaciones que afecta al medio ambiente, puesto que en ocasiones se brindan algunos talleres y/o charlas de concientización ambiental, sin embargo no se han realizado campañas y planes ambientales en alianza o trabajo conjunto con la comunidad.

Tabla 8. *Correlación entre la responsabilidad medio ambiental y la ventaja competitiva*

		D ₃ Responsabilidad medio ambiental	V ₂ Ventaja competitiva
Rho de Spearman	_ Coeficiente de correlación	1,000**	,850**
	_ Sig. (Bilateral)	,000 ^b	,000 ^b
	_ N°	124	124

***. La correlación es significativa en el nivel 0.01 (unilateral)*

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores

En la Tabla 8, a nivel estadístico se puede apreciar en función a la correlación de Rho de Spearman, refleja que sí existe una correlación altamente positiva y significativa ($\rho = ,850$; $P = ,000$) entre la responsabilidad medio ambiental y la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., decidiendo **ACEPTAR** la hipótesis específica.

OBJETIVO GENERAL: *Analizar la influencia entre la responsabilidad social corporativa con la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018*

Tabla 9. *Influencia de la responsabilidad social corporativa en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.*

Variables	Escala de alternativas										(Σ) Total	
	(5) TD		(4) DA		(3) IN		(2) ED		(1) ET			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
- Responsabilidad social corporativa	11	08,87%	20	16,13%	32	25,81%	61	49,99%	00	00,00%	124	100,00%
- Ventaja competitiva	00	00,00%	31	25,00%	42	33,87%	30	24,19%	21	16,94%	124	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores

Los resultados de la Tabla 9, muestran que el personal y la comunidad local calificaron un 49,99% en desacuerdo la responsabilidad social corporativa a diferencia de un 08,87% que lo calificó totalmente de acuerdo, así mismo calificaron indeciso un 33,87%, a diferencia de un 16,94% que lo calificó en totalmente en desacuerdo, esto se debe a que el personal de la empresa mencionaron que la empresa no cumple de manera adecuada con la

práctica de la responsabilidad social corporativa, sin embargo presenta un regular ventaja competitiva que ha incidido favorablemente a la empresa.

Tabla 10. *Correlación entre la responsabilidad social corporativa y la ventaja competitiva*

		V ₁ Responsabilidad social corporativa	V ₂ Ventaja competitiva
Rho de Spearman	_ Coeficiente de correlación	1,000**	,898**
	_ Sig. (Bilateral)	,000 ^b	,000 ^b
	_ N°	124	124

***. La correlación es significativa en el nivel 0.01 (unilateral)*

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores

En la Tabla 10, a nivel estadístico se puede apreciar en función a la correlación de Rho de Spearman, refleja que sí existe una correlación altamente positiva y significativa (rho= ,898; P= ,000) entre la responsabilidad social corporativa y la ventaja competitiva de la FRUITXCHANGE S.A.C., permitiendo decidir **ACEPTAR** la hipótesis general.

IV. DISCUSIÓN

En este acápite, posteriormente de haber analizado los resultados mediante el tipo de estudio correlacional, por lo cual se obtuvieron datos de manera cualitativa y cuantitativa, donde los resultados de los instrumentos, cuestionario y guía de entrevista, reflejaron ciertos aspectos que servirán como soporte para el estudio de acuerdo a las variables de *Responsabilidad social corporativa* y *ventaja competitiva*, en la empresa FRUITXCHANGE S.A.C, por lo tanto se procederá a contrastar en función a los fundamentos teóricos, trabajos previos, hipótesis y finalmente apreciación crítica. A continuación, se fundamentan respecto a cada objetivo propuesto:

De acuerdo al objetivo específico N° 1: Determinar la influencia de la responsabilidad económica en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018. Hernández (2014) expresa que la responsabilidad económica, son actividades empresariales teniendo en cuenta la producción de sus productos y/o servicios en función a los grupos de interés respecto a consecuencia a sus actividades que permite una mayor generación de cobertura de programas sociales, ayudas o sanciones públicas percibidas, para Bazalar (2017) los resultados obtenidos, muestran algunas contradicciones con el aporte teórico, debido a que el 39.13% menciona que la institución sí participa activamente en proyectos sociales, mientras que el 43,48% menciona que no se promueven programas de desarrollo y tecnología social, y el 25.72% menciona que siempre la institución voluntariamente realiza actividades sociales, pero no reciben ayudas públicas, ni mucho menos han sido sancionados, pero cuentan con coberturas económicas para sus proyectos.

En cuanto, a los resultados, estos muestran una diferencia con lo mencionado, debido a que en la empresa el 41,13% considera que no se está contribuyendo con las coberturas o presupuestos en programas sociales, el 41,94% considera que las autoridades del sector público no han contribuido a su desarrollo en proyectos sociales, sin embargo el 32,26% menciona tampoco han recibido alguna sanción, pese a que se cuenta con programas, pero no son ejecutados, manteniendo una relación significativa con lo que expresa el gerente general, quien manifiesta que se cuenta con programas sociales, pero no se están ejecutando por temas relacionados a coberturas económicas, pero actualmente se trata de tomar acciones de mejora para su cumplimiento con el apoyo de otras organizaciones para contribuir a la sociedad y medio ambiente.

Se aprecia que la responsabilidad económica, es de gran valor para desarrollar la responsabilidad social corporativa, que se basa esencialmente en poder poseer coberturas para programas sociales, así mismo en el apoyo de ayudas públicas externas que es necesario para generar un mayor impacto y evitar las sanciones por entidades reguladoras, demostrando que las empresas deben poseer un presupuesto económico necesario para poder cumplir con sus obligaciones contractuales o sociales, por el contrario los resultados muestran un lineamiento diferente debido a que se cuentan con algunos factores económicos basado en sus coberturas de proyectos, no han recibido ayuda de otras organizaciones, sin embargo tampoco han sido sancionados, por lo que la empresa debería establecer medidas enfocados en generar una mayor cobertura participativa con otras empresas y poder ejecutar los programas sociales, por lo tanto, se contrastan los resultados obtenidos, mostrando que existe una correlación positiva, altamente significativa ($\rho = ,920$; $p = ,000$) entre la responsabilidad económica y ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGES.A.C., permitiendo decidir **ACEPTAR** la hipótesis específica.

De acuerdo al objetivo específico N° 2: Describir la influencia de la responsabilidad social en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018. Hernández (2014) expresa que la responsabilidad social es la preocupación de una determinada empresa en función al entorno social, teniendo en cuenta el respeto de sus costumbres e involucrándose mediante acciones de beneficios y proyectos sociales que generen una mayor empleabilidad o bienestar a nivel laboral, para Flores y Silva (2018) los resultados obtenidos en su estudio, muestra una relación significativa con el aporte teórico, debido a que si se está cumpliendo con promover el derecho laboral y actividades de concientización, así mismo cuentan en regular medida con programas de capacitación para valorar a su personal en sus labores, mientras que para Aponte y Gonzáles (2016) los resultados, muestran una similitud con lo mencionado, debido a que laboralmente, el 88% considera que la empresa posee programas de prevención laboral, así mismo 78% está totalmente de acuerdo con los procedimientos de legislación vigente.

Los resultados del estudio, muestran algunas diferencias con lo mencionado, debido a que en la empresa el 50,81% considera que se está cumpliendo con brindar beneficios a la comunidad local generando mayores niveles de empleabilidad, sin embargo el 33,06% considera que no está cumpliendo con brindar beneficios laborales en función al régimen laboral agrario y el 33,06% considera que tampoco se están realizando proyectos sociales,

manteniendo una relación significativa con lo que expresa el gerente, quien menciona que se está trabajando con el personal para poder generar un mayor bienestar a un mediano plazo, mediante la creación de nuevas fuentes de trabajo y beneficios sociales, así mismo en cumplimiento con las políticas y régimen actual.

Se aprecia que la responsabilidad social, es fundamental, debido a que el impacto que proporciona su desarrollo en la empresa mientras cumple con la responsabilidad social corporativa, que se enfoca principalmente a contribuir a un mayor nivel de empleabilidad, así mismo generar y cumplir con los beneficios laborales, permitiendo la ejecución de proyectos sociales, reflejando que las empresas deben tener en cuenta este factor de mayor incidencia social, por el contrario los resultados muestran una situación diferente debido a que sí se brindan beneficios a la comunidad, mediante la generación de empleabilidad, pero no están cumpliendo con los beneficios de ámbito laboral, mucho menos se han ejecutado proyectos sociales, por lo cual la empresa debería establecer acciones enfocadas en la sostenibilidad social, por lo tanto, se contrastan los resultados obtenidos, mostrando que existe una correlación positiva, altamente significativa ($\rho = ,752$; $p = ,000$) entre la responsabilidad social y la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., permitiendo decidir **ACEPTAR** la hipótesis específica.

De acuerdo al objetivo específico N° 3: Identificar la influencia de la responsabilidad medio ambiental en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018. Hernández (2014) menciona que la responsabilidad medio ambiental, se basa a las acciones de una empresa en función al medio ambiente o en torno de la naturaleza, mediante la gestión e inocuidad, estableciendo las medidas o actividades necesarias para mantener una adecuada estabilidad a nivel ambiental, para Cabrera (2018) los resultados obtenidos, muestra una relación significativa con el aporte teórico, debido a que el 35,71% de los encuestados, consideran que deben ayudar a la comunidad y comprometerse con la sociedad, el 77,78% consideran que se debería fortalecer la protección del medio ambiente, es de gran valor puesto que permite mantener un equilibrio entre sus actividades productivas mientras que para Hernández y Manrique (2017) los resultados obtenidos, muestra una similitud con lo mencionado, debido que respecto al medio ambiente, el 65% está de acuerdo que la empresa tiene como objetivo generar un bajo impacto ambiental, y el 70% está de acuerdo que participan en actividades de concientización ambiental.

Los resultados del estudio, muestra todo lo contrario con lo mencionado, debido a que en la empresa el 41,94% considera que algunas veces ha suministrado efectivamente los recursos naturales, así también que medianamente se realizan talleres de concientización laboral, sin embargo también no se cuentan con planes ambientales, siendo la comunidad la más afectada, debido a que el 47,66% considera que existe una contaminación del medio ambiente, siendo el 31,77% que considera regularmente la ausencia de talleres y charlas ambientales, siendo el 42,45% que considera no se han realizado planes de protección medio ambiental, manteniendo una relación significativa con lo que expresa el gerente general, quien menciona que se está trabajando con el personal, en correcto suministro de los recursos a través de equipos tecnológicos modernos, así mismo se están estableciendo talleres y/o charlas de concientización ambiental, respecto a la protección y gestión que genere un menor grado de impacto a la comunidad.

Se aprecia que la responsabilidad medio ambiental es uno de los aspectos con mayor importancia y significancia, debido a que las empresas fundamentalmente que desarrollen alguna actividad productiva, deben generar un menor impacto en la contaminación ambiental, permitiendo un adecuado suministro de los recursos naturales, proporcionando talleres o actividades de concientización y planes de gestión ambiental, sin embargo los resultados del estudio nos muestran otra realidad debido a que, regularmente la empresa ha producido contaminación ambiental producto de su procesamiento, así mismo solo en ocasiones o mínimamente realiza actividades de concientización, pero no ha ejecutado ningún plan ambiental, basado a la prevención de su contaminación, por lo tanto, se contrastan los resultados, mostrando que existe una correlación positiva, altamente significativa ($\rho = ,850$; $P = ,000$) entre la responsabilidad medio ambiental y la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., permitiendo decidir **ACEPTAR** la hipótesis específica.

De acuerdo al objetivo general: Analizar la influencia entre la responsabilidad social corporativa con la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018. Hernández (2014) expresa que la responsabilidad social corporativa, “Es la obligación contractual de una determinada empresa u organización en maximizar el impacto positivo y minimizar el impacto negativo respecto a los factores sociales y/o ambientales. Respecto a la ventaja competitiva, Porter (2015) menciona que, son aquellas acciones ofensivas y defensivas que desarrolla una empresa con el propósito de establecer una

posición de ventaja respecto a sus competidores en un segmento determinado o sector competitivo, para Hernández y Manrique (2017) los resultados obtenidos, muestran una relación significativa con el aporte teórico, debido a que, en función al aspecto social y económico, el 65% está de acuerdo con las contribuciones laborales, así también 74% está de acuerdo con la formación y desarrollo laboral, sin embargo 43% no está de acuerdo con las políticas laborales, sin embargo en el ámbito medio ambiente, el 65% está de acuerdo que la empresa tiene como objetivo generar un bajo impacto ambiental.

Mientras que para Yañez (2017) los resultados obtenidos, muestra una diferencia, debido a que en la empresa el 55% está de acuerdo que se involucren en el desarrollo laboral, el 57,44% considera regular el compromiso con la comunidad, así mismo el 75% está de acuerdo con el desarrollo de programas sociales, por su parte muestra en los últimos 3 años, la producción por toneladas ha mantenido un crecimiento al igual que las utilidades, teniendo los resultados del estudio, muestran algunas contradicciones y similitudes con lo mencionado, debido a que en la empresa el 49,99% considera que no se está cumpliendo con la responsabilidad económica, social y ambiental por falta presupuesto económico para programas sociales, apoyo, ausencia de talleres y charlas de concientización ambiental y otros, sin embargo respecto a la ventaja competitiva, el 33,87% considera que no se ha aprovechado eficientemente el mercado y/o sector potencial, puesto que aún existen nuevos mercados internacionales a los cuales ofrecer los productos de uva de mesa.

Se aprecia que la responsabilidad social corporativa, es fundamental debido a que las empresas deben realizar continuamente en cumplimiento con el bienestar a nivel social y ambiental, generando una estabilidad en la comunidad local, siendo esencial su desarrollo, así también la ventaja competitiva, es otro de los elementos claves y favorables para las empresas, puesto que proporcionan una mejor posición en el mercado o segmentos potenciales a diferencia de la competencia, no obstante, los resultados muestran ciertas discrepancias, debido a que no han logrado ejecutar adecuadamente acciones enfocadas al entorno social y ambiental, así también que no han generado una adecuada ventaja respecto a la capacidades, enfoque tanto interno y externo por lo tanto se contrastan los resultados obtenidos, mostrando que existe una correlación positiva, altamente significativa ($\rho = ,898$; $P = ,000$) entre la responsabilidad social corporativa y la ventaja competitiva de la FRUITXCHANGE S.A.C., permitiendo decidir **ACEPTAR** la hipótesis.

V. CONCLUSIONES

1. La responsabilidad económica influye en la ventaja competitiva de la empresa, siendo el valor de ($\rho = ,920$; $p = ,000$), debido a que no se destina o distribuye adecuadamente los presupuestos económicos en programas sociales y ambientales, mucho menos instituciones o autoridades públicas han contribuido económicamente a la empresa en dichos proyectos.
2. La responsabilidad social influye en la ventaja competitiva de la empresa, siendo el valor de ($\rho = ,752$; $p = ,000$), puesto que por una parte se ha proporcionado beneficios de empleabilidad a la comunidad local, pero no se está cumpliendo con las asignaciones y/o contribuciones pendientes al personal, mucho menos se están ejecutando proyectos de índole social.
3. La responsabilidad ambiental influye en la ventaja competitiva de la empresa, siendo el valor de ($\rho = ,850$; $p = ,000$), debido a que regularmente se suministran los recursos naturales, pero principalmente no se realizan talleres de concientización ambiental a la comunidad local, mucho menos se realizan campañas o planes ambientales basados en preservación del medio ambiente.
4. En general se concluye que la responsabilidad social corporativa influye en la ventaja competitiva de la empresa, siendo el valor de ($\rho = ,898$; $p = ,000$), demostrando que no se está cumpliendo eficientemente con los planes de responsabilidad tanto económico, social y ambiental, así mismo existen algunas dificultades respecto al aprovechamiento del mercado, pero sí presentan un regular enfoque de mercado y capacidad de producción de los productos de uva de mesa.

VI. RECOMENDACIONES

1. A la empresa, mediante el fortalecimiento de alianzas con instituciones privadas, públicas o municipales para generar fondos necesarios, con el propósito de obtener más coberturas para llevar a cabo la ejecución de proyectos sociales y ambientales con mayor impacto, mediante acciones anuales de apoyos institucionales.
2. A la empresa, a través del control de las contribuciones laborales, para que el personal que labora en la empresa se sienta satisfecho con lo dispuesto por su salario, así mismo difundir las metas o indicadores de progreso en función a los programas en ejecución en la comunidad local, mediante charlas informativas del cumplimiento de sus obligaciones mensuales y anuales de acuerdo al régimen laboral agrario.
3. A la empresa, a realizar talleres y campañas ambientales cada año, para generar una mayor conciencia a las autoridades y principalmente a la comunidad local en la preservación del medio ambiente mediante la plantación mensual de árboles en campos libres y el reciclaje de los residuos de manera efectiva.
4. En general a la empresa y comunidad local, a cumplir con los planes y proyectos de responsabilidad, para potenciar su crecimiento mediante la evaluación de nuevos mercados internacionales y educar a la población sobre la importancia del medio ambiente y la operatividad de la empresa, que genera beneficios de empleabilidad proporcionando oportunidades laborales, a través de acciones de responsabilidad social mensuales y anuales.

VII. PROPUESTA

TITULO: ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA PARA FORTALECER LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA EMPRESA FRUITXCHANGE S.A.C., SULLANA 2018.

1. Introducción

Durante el desarrollo empresarial con el pasar del tiempo, ha sido un factor imprescindible en el enfoque de nuevos mercados potenciales, siendo algunas empresas que han aprovechado este aspecto mediante estrategias que garanticen su ventaja competitiva, así mismo las ventajas que posee una empresa con respecto a otra, no solo se debe basar a aquellos factores internos o externos, sino también a la contribución que transmiten principalmente a su personal y comunidad local, por lo tanto es de gran valor que la mayoría de las empresas logren implementar una adecuada responsabilidad social corporativa, enfocada en la generación de presupuestos suficientes para programas y talleres tanto sociales como medioambientales, así también cumplir con los regímenes laborales, proporcionando beneficios a su personal, principalmente estableciendo políticas de concientización medio ambiental, a través de la participación de la comunidad o entorno, entre otros aspectos.

Por lo que, la ventaja competitiva en una empresa está resumida no solo por el fortalecimiento de sus aspectos físicos, producción y diferenciación de sus productos, o el desarrollo solo de un mercado actual, sino también el cumplimiento con las obligaciones contractuales en el ámbito social y ambiental, siendo dos principios básicos que deben regir sus actividades a nivel empresarial, puesto que en la actualidad las empresas no tienen conocimiento sobre la RSC, y otras cuentan con esta denominación social, pero no logran aplicarlas de acuerdo a los parámetros de aplicación deseados en la normativa y política organizacional en las que rigen sus actividades productivas.

Demostrando que la necesidad del estudio está enfocada en poder generar una guía necesaria en función a estrategias de responsabilidad social corporativa, que permita un desarrollo en sus operaciones, pudiendo conocer sus actividades, tácticas, presupuestos y principalmente los objetivos que abarcarán de acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio, siendo necesaria la atención de la empresa para su futura aplicación.

2. Objetivos

En relación al objetivo general de la propuesta, estuvo determinado de la siguiente manera: Diseñar estrategias de responsabilidad social corporativa para fortalecer las ventajas competitivas de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana 2018. Mientras que los objetivos específicos que abarcaron en el desarrollo de la propuesta, fue estructurada de la siguiente manera:

- (a) Analizar la matriz de evaluación de los factores internos y externos en la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana.
- (b) Realizar una estrategia basada en las contribuciones laborales, como plan de responsabilidad social para la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana.
- (c) Establecer una estrategia de alianzas y difusión informativa, como plan de responsabilidad de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana.
- (d) Realizar estrategias de talleres y campañas, como plan de responsabilidad ambiental para la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana
- (e) Describir una estrategia de enfoque de mercado, como ventaja competitiva para la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana.

3. Justificación

El desarrollo de la propuesta abarcará una serie de razones enfocadas principalmente en estrategias que permitan mejorar las deficiencias en función a los resultados obtenidos de las variables: *Responsabilidad social corporativa y ventaja competitiva*, en la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., que permita la sostenibilidad en el ámbito social y ambiental, generando una mayor ventaja en el segmento de mercado, puesto que se cuenta con coberturas en programas sociales, pero estas no son suficientes para la ejecución en proyectos sociales, así mismo no se posee la ayuda necesaria por otras entidades en relación al desarrollo social, sin embargo no se ha recibido ningún tipo de sanción por entidades reguladoras, así también en función a la responsabilidad social se ha proporcionado beneficios de empleabilidad a la población, pero no se está cumpliendo con otorgar adecuadamente los beneficios de régimen agrario al personal, mucho menos se ha ejecutado proyectos sociales.

Por su parte en función a la responsabilidad medio ambiental, esta a su vez no ha sido ejecutada adecuadamente, debido a que sí se suministran regularmente los recursos,

pero no se ha concientizado eficientemente a la comunidad local, tampoco se han efectuado planes de gestión ambiental, mientras que en la ventaja se trata de generar una adecuada capacidad de producción, manteniendo un enfoque al cliente y generando un mayor aprovechamiento del enfoque al mercado, pese a que no es adecuadamente eficiente, entre otros aspectos de mayor relevancia, por lo cual el desarrollo de la propuesta tiene como base el desarrollo de estrategias en función a las deficiencias y falta de cumplimiento de la RSC, siendo necesario su desarrollo e implementación de la responsabilidad en función al enfoque social y medioambiental.

4. Matriz de evaluación de los factores internos y externos

Para poder dar cumplimiento al desarrollo de las estrategias, es necesario evaluar los factores tanto internos y externos basados principalmente en: *Responsabilidad social corporativa en función a la ventaja competitiva*, la cuales serán calificadas o valoradas de acuerdo al grado de importancia de los factores, que serán fundamental para determinar posteriormente las estrategias pertinentes. A continuación, se detallan:

Tabla 11. Matriz de evaluación de los factores internos

EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS (EFI)			
<ul style="list-style-type: none"> INSTRUCCIONES: En el análisis de la matriz EFI, se asignó un peso entre (0.0) = No importante, (1.0) = Absolutamente importante; así mismo se asignó una calificación entre (1) = Debilidad mayor, (2) = Debilidad menor, (3) = Fuerza menor y (4) = Fuerza mayor. 			
FACTORES INTERNOS (FI)	PESO (0 – 1)	CALIF. (1 – 4)	VALOR POND.
(F) Fortalezas			
F ₁ : Regular producción de productos de uva de mesa	0.10	3	0.30
F ₂ : Precios regularmente competitivos	0.15	4	0.60
F ₃ : Regular enfoque hacia el cliente	0.05	3	0.15
F ₄ : Coberturas de programas sociales	0.10	3	0.30
F ₅ : Beneficios de empleabilidad	0.10	3	0.30
(D) Debilidades			
D ₁ : Falta de ejecución de proyectos sociales y ambientales	0.15	1	0.15
D ₂ : Ausencia de concientización ambiental	0.10	2	0.20
D ₃ : Incumplimiento de los beneficios laborales	0.10	2	0.20
D ₄ : Ausencia de participación con el entorno	0.05	2	0.10
D ₅ : Falta de conocimiento de las necesidades del entorno	0.10	2	0.20
	100	-	2.35

Fuente: Elaborado por la autora.

- En relación a la valoración y/o calificación de los factores internos se pudo determinar que las fortalezas conforman el 1.65, mientras que las debilidades

conforman el 0.85, reflejando que las fuerzas internas que posee la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., son favorables a diferencia de sus debilidades, siendo necesario que la empresa logre aprovechar estas fortalezas, sin embargo debe realizar estrategias que permita potenciar dichas deficiencias en un periodo delimitado, que proporcione un mayor bienestar ambiental y social.

Tabla 12. Matriz de evaluación de los factores externos

EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS (EFE)			
<p>▪ INSTRUCCIONES: En el análisis de la matriz EFE, se asignó un Peso entre (0.0) = No es importante, (1.0) = Muy importante, así mismo se asignó una calificación entre (1) = Una respuesta mala, (2) = Una respuesta media, (3) = Una respuesta superior a la media y (4) = Una respuesta superior.</p>			
FACTORES EXTERNOS (FE)	PESO (0 – 1)	CALIF. (1 – 4)	VALOR POND.
(O) Oportunidades			
O ₁ : Crecimiento del sector agroindustrial	0.15	4	0.60
O ₂ : Dinamismo del mercado internacional	0.10	3	0.30
O ₃ : Proyecciones económicas favorables	0.10	3	0.30
O ₄ : Políticas de estabilidad económica	0.10	3	0.30
O ₅ : Accesibilidad financiera	0.05	2	0.10
(A) Amenazas			
A ₁ : Burocracia de las autoridades públicas	0.10	3	0.30
A ₂ : Falta de conciencia ambiental de las autoridades	0.15	4	0.60
A ₃ : Ausencia de supervisión por las autoridades	0.10	3	0.30
A ₄ : Nuevos competidores	0.10	3	0.30
A ₅ : Protestas sociales	0.05	2	0.10
	1.00	-	3.30

Fuente: Elaborado por la autora.

- En relación a la valoración y/o calificación de los factores externos se pudo determinar que las oportunidades conforman el 1.60, mientras que las debilidades conforman el 1.60, reflejando que las fuerzas externas que posee la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., son iguales a sus amenazas, siendo necesario que la empresa logre realizar estrategias enfocadas a generar mayores oportunidades, puesto que el entorno por parte de las autoridades y/o estado no están contribuyendo eficientemente con proyectos de RSC.

5. Análisis FODA

Tabla 13. Análisis FODA de la empresa Fruitxchange S.A.C.

<div><div>F. INTERNOS</div><div>F. EXTERNOS</div></div>	FORTALEZAS F1: Regular producción de productos de Uva de mesa (0.30) F2: Precios regularmente competitivos (0.60) F3: Coberturas de programas sociales (0.30) F4: Beneficios de empleabilidad (0.30)	DEBILIDADES D1: Falta de ejecución de proyectos sociales y ambientales (0.15) D2: Ausencia de concientización ambiental (0.20) D3: Incumplimiento de los beneficios laborales (0.20) D4: Falta de conocimiento de las necesidades del entorno (0.20)
	OPORTUNIDADES O1: Crecimiento del sector agroindustrial (0.60) O2: Dinamismo del mercado internacional (0.30) O3: Proyecciones económicas favorables (0.30) O4: Políticas de estabilidad económica (0.30)	ESTRATEGIA (FO) <ul style="list-style-type: none">▪ Evaluar nuevos segmentos de mercado internacional (O2, O3, F1, F2)
AMENAZAS A1: Burocracia de las autoridades públicas (0.30) A2: Falta de conciencia ambiental de las autoridades (0.60) A3: Ausencia de supervisión por las autoridades (0.30) A4: Nuevos competidores (0.30)	ESTRATEGIA (FA) <ul style="list-style-type: none">▪ Realizar alianzas con empresas públicas y privadas (A1, A2, F3, F4)▪ Realizar programas de difusión informativa a la comunidad local (A1, A2, F3, F4)	ESTRATEGIA (DA) <ul style="list-style-type: none">▪ Talleres de concientización ambiental “Plantando un árbol” (A2, A3, D1, D2)▪ Realizar una campaña ambiental “Residuos y reciclaje” (A2, A3, D1, D2)

Fuente: Elaborado por la autora.

6. Desarrollo de estrategias

En relación a las estrategias anteriormente identificadas, en función al análisis correspondiente con los factores internos y externos, mediante el análisis FODA, se pudo lograr establecer (06) estrategias esenciales para mejorar aquellas deficiencias y eficiencias respecto a la “*Responsabilidad social corporativa y ventaja competitiva*” de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C. A continuación, se detallan:

ESTRATEGIA FO: EVALUAR NUEVOS SEGMENTOS DE MERCADO INTERNACIONAL

▪ Descripción de la estrategia

- La estrategia está enfocada principalmente a generar nuevos clientes a nivel internacional, debido a que sus clientes actuales se encuentran en parte de Asia y Europa, siendo necesario captar clientes potenciales que serán fundamentales para aprovechar el crecimiento y dinamismo del mercado.

▪ Tácticas

- Desarrollo de nuevos mercados.
- Aprovechamiento de nuevos mercados.
- Generar una mayor ventaja del sector.

▪ Programa estratégico

- El presente programa se llevará a cabo entre los meses de enero hasta febrero del 2020, que serán establecidos estratégicamente en función a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., por el cual deben ser cumplidos por el personal asignado respecto al cronograma de actividades.

▪ Responsable

- Gerente comercial

▪ Recursos

- Recursos humanos.
- Recursos financieros y económicos.
- Recursos materiales y bienes.

▪ **Cronograma de actividades**

PERIODOS ACTIVIDADES	ENE				FEB				MAR				ABR				MAY				JUN			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Realizar un análisis del sector.																								
2. Identificar las empresas que compran Uva de mesa.																								
3. Invitar al gerente comercial de las empresas.																								
4. Ofrecer los productos de Uva de mesa.																								
5. Evaluación de los resultados.																								

Fuente; Elaborado por la autora

▪ **Presupuesto**

MATERIALES			
PARTIDA	CANT.	P.U	COSTO TOTAL
Hojas Dina A4	01 Millar	S/. 12.20	S/. 12.20
Lapiceros Azul	01 Docena	S/. 6.40	S/. 6.40
Resaltador Amarillo Simple	½ Docena	S/. 12.00	S/. 6.00
Folder manila	02 Paquetes	S/. 3.80	S/. 7.60
			S/. 32.20

MATERIALES ADICIONALES			
PARTIDA	CANT.	P.U	COSTO TOTAL
Impresión de carta de invitación	01 Ciento	S/. 95.00	S/. 95.00
Impresión de Brochure	01 Ciento	S/. 142.00	S/. 142.00
			S/. 237.00

COFEEBREAK			
PARTIDA	CANT.	P.U	COSTO TOTAL
Néctar Pulp durazno 1L	03 Paquetes	S/. 21.00	S/. 63.00
Galletas BELL´S	03 Paquetes	S/. 2.30	S/. 6.90
			S/. 69.90

HONORARIOS					
PARTIDA	CANT.	HRA.	SESION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Gerente general	01	1hra.	16	S/. 110.00	S/. 1,760.00
Asistente comercial	01	1hra.	16	S/. 60.00	S/. 960.00
					S/. 2,720.00

Inversión total estrategia FO: S/ 3,059.10

- **Viabilidad**

- Implementar la estrategia de evaluar nuevos segmentos del mercado internacional, es viable debido a que los recursos financieros, humanos, materiales y bienes que se requieren, están disponibles en la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., además su puesta en marcha permitirá una mayor ventaja respecto al aprovechamiento del mercado internacional, incrementando la capacidad de producción y generando una mayor estabilidad económica respecto a la oferta de productos de uva.

- **Mecanismos de control**

- Nivel de crecimiento del mercado.
- Nivel de desarrollo del sector.
- Nivel de proyección económica.
- Nivel de producción de producto.
- Nivel de precios y/o tarifas competitivas.

ESTRATEGIA DO: CONTROL DEL CUMPLIMIENTO DE LAS CONTRIBUCIONES LABORALES DE ACUERDO AL RÉGIMEN LABORAL AGRARIO.

- **Descripción de la estrategia**

- La estrategia está basada fundamentalmente en el control de las contribuciones laborales de acuerdo al régimen agrario, a través del cumplimiento de sus beneficios laborales, debido a que la mayoría del personal pertenece a la comunidad local.

- **Tácticas**

- Desarrollo de nuevos mercados.
- Aprovechamiento de nuevos mercados.
- Cumplimiento de los beneficios laborales.

- **Programa estratégico**

- El presente programa se llevará a cabo entre los meses de enero hasta febrero del 2020, que serán establecidos estratégicamente en función a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., por el cual deben ser cumplidos por el personal asignado respecto al cronograma de actividades.

- **Responsable**

- Jefe de recursos humanos.

▪ **Recursos**

- Recursos humanos.
- Recursos financieros y económicos.
- Recursos materiales y bienes.

▪ **Cronograma de actividades**

PERIODOS ACTIVIDADES	ENE				FEB				MAR				ABR				MAY				JUN			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Recabar información del personal acerca de inquietudes por sus contribuciones salariales.																								
2. Ejecutar charlas informativas aclarando el cumplimiento de las contribuciones																								
3. Identificar y registrar si existen contribuciones pendientes.																								
4. Cumplir con el pago de contribuciones pendientes.																								
5. Evaluación de los resultados.																								

Fuente; Elaborado por la autora

▪ **Presupuesto**

MATERIALES			
PARTIDA	CANT.	P.U	COSTO TOTAL
Hojas Dina A4	02 Millar	S/. 12.20	S/. 24.40
Lapiceros Azul	½ Docena	S/. 6.40	S/. 3.20
Resaltador Amarillo Simple	½ Docena	S/. 12.00	S/. 6.00
Folder manila	03 Paquetes	S/. 3.80	S/. 11.40
			S/. 45.00

COFEEBREAK			
PARTIDA	CANT.	P.U	COSTO TOTAL
Néctar Pulp durazno 1L	02 Paquetes	S/. 21.00	S/. 42.00
Galletas BELL'S	02 Paquetes	S/. 2.30	S/. 4.60
			S/. 46.60

HONORARIOS					
PARTIDA	CANT.	HRA.	SESION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Jefe de RR.HH	01	1hra.	14	S/. 90.00	S/. 1,260.00
Asistente de RR.HH	01	1hra.	14	S/. 60.00	S/. 840.00
					S/. 2,100.00

Inversión total estrategia DO: S/ 2,191.60

- **Viabilidad**

- Implementar la estrategia de realizar un control de las contribuciones laborales, es viable debido a que los recursos financieros, humanos, materiales y bienes que se requieren, están disponibles en la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., además su puesta en marcha permitirá cumplir con los beneficios sociales que estuvieran pendientes al personal que conforma la comunidad local, permitiendo reducir los niveles de quejas y/o reclamos laborales en función al desarrollo social.

- **Mecanismos de control**

- Nivel de crecimiento del mercado.
- Nivel de desarrollo del sector.
- Nivel de cumplimiento laborales.
- Nivel de sueldos pendientes.
- Nivel de beneficios laborales.

ESTRATEGIA FA: REALIZAR ALIANZAS CON LAS AUTORIDADES Y/O EMPRESAS PÚBLICAS Y PRIVADAS.

- **Descripción de la estrategia**

- La estrategia está enfocada esencialmente en realizar alianzas con empresas públicas y/o municipales, así como privadas, con el propósito de generar fondos suficientes para poder cumplir con las coberturas en programas, basados principalmente en proyectos de protección social y ambiental.

- **Tácticas**

- Mejorar la relación con las autoridades públicas.
- Fomentar la conciencia ambiental.
- Aprovechamiento de las coberturas de programas.

- **Programa estratégico**

- El presente programa se llevará a cabo entre los meses de enero hasta marzo del 2020, que serán establecidos estratégicamente en función a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., el mismo que debe ser cumplido por el personal asignado respecto al cronograma de actividades.

- **Responsable**

- Gerente Administrativo.

▪ **Recursos**

- Recursos humanos.
- Recursos financieros y económicos.
- Recursos materiales y bienes.

▪ **Cronograma de actividades**

PERIODOS ACTIVIDADES	ENE				FEB				MAR				ABR				MAY				JUN			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Elaborar un informe sobre los requerimientos de coberturas económicas																								
2. Realizar una invitación a las empresas públicas y/o municipales así como privadas.																								
3. Reunir a las autoridades y exponer el informe																								
4. Firmar un compromiso de contribución con las coberturas																								
5. Evaluación de los resultados.																								

Fuente; Elaborado por la autora

▪ **Presupuesto**

MATERIALES			
PARTIDA	CANT.	P.U	COSTO TOTAL
Hojas Dina A4	01 Millar	S/. 12.20	S/. 12.20
Lapiceros Azul	½ Docena	S/. 6.40	S/. 3.20
Resaltador Amarillo Simple	½ Docena	S/. 12.00	S/. 6.00
Folder manila	04 Paquetes	S/. 3.80	S/. 15.20
			S/. 36.60

MATERIALES ADICIONALES			
PARTIDA	CANT.	P.U	COSTO TOTAL
Impresión de carta de invitación	½ Ciento	S/. 95.00	S/. 42.50
Impresión de documento membretado sobre las coberturas	½ Ciento	S/. 170.00	S/. 85.00
			S/. 127.50

COFEEBREAK			
PARTIDA	CANT.	P.U	COSTO TOTAL
Néctar Pulp durazno 1L	05 Paquetes	S/. 21.00	S/. 105.00
Galletas BELL'S	05 Paquetes	S/. 2.30	S/. 11.50
			S/. 116.50

HONORARIOS					
PARTIDA	CANT.	HRA.	SESION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Administrador	01	1hra.	15	S/. 95.00	S/. 1,425.00
Asistente administrativo	01	1hra.	15	S/. 50.00	S/. 750.00
					S/. 2,175.00

Inversión total estrategia FA: S/ 2,455.60

▪ **Viabilidad**

- Implementar la estrategia de realizar alianzas con las empresas públicas y/o municipales, es viable debido a que los recursos financieros, humanos, materiales y bienes que se requieren están disponibles en la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., además su puesta en marcha permitirá proporcionar fondos suficientes y necesarios que permita obtener una mayor cobertura en función a la ejecución de programas sociales y principalmente ambientales.

▪ **Mecanismos de control**

- Nivel de burocracia del sector público.
- Nivel de conciencia ambiental de las autoridades.
- Nivel de ausencia de supervisión de las autoridades.
- Nivel de coberturas en programas sociales.
- Nivel de beneficios de empleabilidad.

ESTRATEGIA FA: REALIZAR PROGRAMAS DE DIFUSIÓN INFORMATIVA A LA COMUNIDAD LOCAL

▪ **Descripción de la estrategia**

- La estrategia está enfocada fundamentalmente a difundir información a la comunidad local o entorno, sobre los programas de concientización sociales y ambiental que se están ejecutando en cumplimiento con los planes de responsabilidad social establecidos en sus proyectos de contribución.

▪ **Tácticas**

- Fortalecer las relaciones con las autoridades públicas.
- Promover la supervisión de las autoridades públicas.
- Aprovechamiento de las coberturas de programas.

▪ **Programa estratégico**

- El presente programa se llevará a cabo entre los meses de julio hasta septiembre del 2020, que serán establecidos estratégicamente en función a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., por el que deben ser cumplidos por el personal asignado respecto al cronograma de actividades.

▪ **Responsable**

- Administrador

▪ **Recursos**

- Recursos humanos.
- Recursos financieros y económicos.
- Recursos materiales y bienes.

▪ **Cronograma de actividades**

PERIODOS ACTIVIDADES	JUL				AGO				SEP				OCT				NOV				DIC			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Realizar el informe de difusión informativa.																								
2. Realizar una invitación mediante emisora en la población.																								
3. Reunir a la población y difundir la información.																								
4. Supervisar el adecuado cumplimiento.																								
5. Evaluación de los resultados.																								

Fuente; Elaborado por la autora

▪ **Presupuesto**

MATERIALES			
PARTIDA	CANT.	P.U	COSTO TOTAL
Hojas Dina A4	03 Millares	S/. 12.20	S/. 36.60
Lapiceros Azul	02 Docenas	S/. 6.40	S/. 12.80
Resaltador Amarillo Simple	02 Docenas	S/. 12.00	S/. 24.00
Folder manila	08 Paquetes	S/. 3.80	S/. 30.80
			S/. 104.20

MATERIALES ADICIONALES			
PARTIDA	CANT.	P.U	COSTO TOTAL
Impresión membretada sobre los proyectos de contribución social y ambiental	½ Millar	S/. 560.00	S/. 280.00

COFEEBREAK			
PARTIDA	CANT.	P.U	COSTO TOTAL
Néctar Pulp durazno 1L	20 Paquetes	S/. 21.00	S/. 420.00
Galletas BELL´S	45 Paquetes	S/. 2.30	S/. 103.50
			S/. 523.50

HONORARIOS					
PARTIDA	CANT.	HRA.	SESION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Administrador	01	1hra.	13	S/. 95.00	S/. 1,235.00
Asistente administrativo	01	1hra.	13	S/. 50.00	S/. 650.00
					S/. 1,885.00

Inversión total estrategia FA: S/ 2,792.70

▪ **Viabilidad**

- Implementar la estrategia de realizar programas de difusión informativa a la comunidad local, es viable debido a que los recursos financieros, humanos, materiales y bienes que se requieren, están disponibles en la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., además su puesta en marcha permitirá informar a la comunidad local o entorno social, sobre los proyectos sociales y/o ambientales que permita un mayor bienestar y desarrollo sostenible.

▪ **Mecanismos de control**

- Nivel de burocracia del sector público.
- Nivel de conciencia ambiental de las autoridades.
- Nivel de apoyo de las autoridades.
- Nivel de difusión de programas sociales.
- Nivel de información a la comunidad local.

ESTRATEGIA DA: TALLERES DE CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL “PLANTANDO UN ÁRBOL”

▪ **Descripción de la estrategia**

- La estrategia está relacionada principalmente con realizar talleres de concientización a la comunidad local, que permita tener en cuenta sobre aquellos recursos del medio ambiente de los cuales se deben preservar y establecer una serie de acciones que permitan maximizar su biodiversidad.

▪ **Tácticas**

- Mejorar la burocracia de las autoridades públicas.
- Mejorar la supervisión de las autoridades públicas.
- Promover el desarrollo de proyectos ambientales.

▪ **Programa estratégico**

- El presente programa se llevará a cabo entre los meses de julio hasta diciembre del 2020, que serán establecidos estratégicamente en función a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., que deben ser cumplidos por el personal asignado respecto al cronograma de actividades.

▪ **Responsable**

- Administrador.
- Ing. Agroindustrial.

▪ **Recursos**

- Recursos humanos.
- Recursos financieros y económicos.
- Recursos materiales y bienes.

▪ **Cronograma de actividades**

PERIODOS ACTIVIDADES	JUL				AGO				SEP				OCT				NOV				DIC			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Elaborar los temas de preservación ambiental.																								
2. Reunir y ejecutar la concientización ambiental.																								
3. Realizar la actividad de plantar un árbol.																								
4. Supervisar el adecuado cumplimiento.																								
5. Evaluación de los resultados.																								

Fuente; Elaborado por la autora

▪ **Presupuesto**

MATERIALES			
PARTIDA	CANT.	P.U	COSTO TOTAL
Hojas Dina A4	05 Millares	S/. 12.20	S/. 61.00
Lapiceros Azul	04 Docenas	S/. 6.40	S/. 25.60
Resaltador Amarillo Simple	04 Docenas	S/. 12.00	S/. 48.00
Folder manila	12 Paquetes	S/. 3.80	S/. 45.60
			S/. 180.20

MATERIALES ADICIONALES			
PARTIDA	CANT.	P.U	COSTO TOTAL
Impresión membretada sobre los proyectos de contribución social y ambiental	1 Millar	S/. 560.00	S/. 560.00

COFEEBREAK			
PARTIDA	CANT.	P.U	COSTO TOTAL
Néctar Pulp durazno 1L	35 Paquetes	S/. 21.00	S/. 735.00
Galletas BELL´S	55 Paquetes	S/. 2.30	S/. 126.50
			S/. 861.50

HONORARIOS					
PARTIDA	CANT.	HRA.	SESION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Ing. Agroindustrial	01	1hra.	16	S/. 100.00	S/. 1,600.00
Administrador	01	1hra.	36	S/. 95.00	S/. 3,420.00
Asistente administrativo	01	1hra.	20	S/. 50.00	S/. 1,000.00
					S/. 6,020.00

Inversión total estrategia DA: S/ 7,621.70

▪ **Viabilidad**

- Implementar la estrategia de realizar un taller de concientización ambiental “Preservando el medio ambiente” es viable debido a que los recursos financieros, humanos, materiales y bienes que se requieren, están disponibles en la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., además su puesta en marcha permitirá principalmente a la comunidad, tener un mayor conocimiento sobre la inocuidad del medio ambiente y mantener un alto nivel de participación.

- **Mecanismos de control**

- Nivel de ejecución de proyectos ambientales.
- Nivel de conciencia ambiental de las autoridades.
- Nivel de apoyo de las autoridades.
- Nivel de participación con la comunidad local.
- Nivel de concientización ambiental.

ESTRATEGIA DA: REALIZAR UNA CAMPAÑA AMBIENTAL “RESIDUOS Y RECICLAJE”

- **Descripción de la estrategia**

- La estrategia está orientada esencialmente en realizar campañas ambientales en función a la recolección de aquellos residuos que se encuentran en torno a la población y a la empresa, con la finalidad de tomar conciencia y preservar el ambiente de su entorno.

- **Tácticas**

- Fortalecer la conciencia ambiental de las autoridades.
- Promover la supervisión de las autoridades.
- Promover la participación del entorno.

- **Programa estratégico**

- El presente programa se llevará a cabo entre los meses de septiembre hasta noviembre del 2020, que serán establecidos estratégicamente en función a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., que deben ser cumplidos por el personal asignado respecto al cronograma de actividades.

- **Responsable**

- Administrador.
- Ing. Agroindustrial.

- **Recursos**

- Recursos humanos.
- Recursos financieros y económicos.
- Recursos materiales y bienes.

▪ **Cronograma de actividades**

PERIODOS ACTIVIDADES	JUL				AGO				SEP				OCT				NOV				DIC			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Realizar un informe técnico sobre las actividades de reciclaje.																								
2. Reunir y ejecutar las actividades de reciclaje.																								
3. Colocar estantes de colores en lugares estratégicos.																								
4. Supervisar el adecuado cumplimiento.																								
5. Evaluación de los resultados.																								

Fuente; Elaborado por la autora

▪ **Presupuesto**

MATERIALES			
PARTIDA	CANT.	P.U	COSTO TOTAL
Hojas Dina A4	05 Millares	S/. 12.20	S/. 61.00
Lapiceros Azul	02 Docenas	S/. 6.40	S/. 12.80
Resaltador Amarillo Simple	02 Docenas	S/. 12.00	S/. 24.00
Folder manila	08 Paquetes	S/. 3.80	S/. 30.40
			S/. 128.20

MATERIALES ADICIONALES			
PARTIDA	CANT.	P.U	COSTO TOTAL
Impresión membretada sobre los proyectos de contribución social y ambiental	1 Millar	S/. 560.00	S/. 560.00

MATERIALES SECUNDARIOS			
PARTIDA	CANT.	P.U	COSTO TOTAL
Estantes de plástico de colores para la recolección de residuos	24 unidades	S/. 99.90	S/2,397.60

COFEEBREAK			
PARTIDA	CANT.	P.U	COSTO TOTAL
Néctar Pulp durazno 1L	30 Paquetes	S/. 21.00	S/. 630.00
Galletas BELL'S	45 Paquetes	S/. 2.30	S/. 103.50
			S/. 733.50

HONORARIOS					
PARTIDA	CANT.	HRA.	SESION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Ing. Agroindustrial	01	1hra.	10	S/. 100.00	S/. 1,000.00
Administrador	01	1hra.	18	S/. 95.00	S/. 1,710.00
Asistente administrativo	01	1hra.	18	S/. 50.00	S/. 900.00
					S/. 3,610.00

Inversión total estrategia DA: S/ 7,429.30

▪ **Viabilidad**

- Implementar la estrategia de realizar una campaña ambiental de “Residuos y reciclaje”, es viable debido a que los recursos financieros, humanos, materiales y bienes que se requieren, están disponibles en la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., además su puesta en marcha permitirá a los colaboradores y principalmente a la comunidad local mantener un correcto cuidado y preservación del medio ambiente a través de las actividades de reciclaje.

▪ **Mecanismos de control**

- Nivel de ejecución de proyectos ambientales.
- Nivel de conciencia ambiental de las autoridades.
- Nivel de apoyo de las autoridades.
- Nivel de participación con la comunidad local.
- Nivel de concientización ambiental.

Tabla 14. Resumen de las estrategias y costos

RESUMEN			
ESTRATEGIAS A IMPLEMENTAR			COSTO
Estrategia FO	-	Evaluar nuevos segmentos de mercado internacional	S/. 3,059.10
Estrategia DO	-	Control del cumplimiento de las contribuciones laborales de acuerdo al régimen laboral agrario.	S/. 2,191.60
Estrategia FA	-	Realizar alianzas con autoridades y/o empresas públicas	S/. 2,455.60
	-	Realizar programas de difusión informativa a la comunidad local	S/. 2,792.70
Estrategia DA	-	Talleres de concientización ambiental “Plantando un árbol”	S/. 7,621.70
	-	Realizar una campaña ambiental “Residuos y reciclaje”	S/. 7,429.30
COSTO TOTAL DE LAS ESTRATEGIAS			S/. 25,550.00

Fuente: Elaborado por la autora.

Tabla 15. Ingresos y egresos de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.

+ INGRESOS (VENTAS Y OTROS INGRESOS)	- EGRESOS (COSTOS Y GASTOS)	TOTAL (INGRESOS – EGRESOS)
S/. 21,295,116.00	S/. 19,684,241.00	S/. 1,610,875.00

Fuente: Estado de resultado de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.
Elaborado por la autora.

Tabla 16. Resumen de los ingresos, egresos y estrategias propuestas para la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., respecto al periodo 2018 al 2020

PARTIDA	RESULTADO DEL EJERCICIO ANUAL		
	PERIODO 2018	PERIODO 2019	PERIODO 2020
(+) INGRESOS	S/. 21,295,116.00	S/. 21,614,542.74	S/. 24,856,724.15
(-) EGRESOS	S/. 19,684,241.00	S/. 19,979,504.62	S/. 23,001,930.31
(B/N) BENEFICIO NETO	S/. 1,610,875.00	S/. 1,635,038.13	S/. 1,854,793.84

Fuente: Estado de resultado de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.

Elaborado por la autora.

- En relación a la Tabla 16, respecto a los periodos (2018 al 2019) se espera una tasa de crecimiento 1.5% para el ingreso y egreso, mientras que para el periodo (2019 al 2020) donde se implementarán las estrategias que tienen un costo que asciende en S/. 25,550.00, utilizando una tasa de crecimiento del 15%, reflejara un ingreso de S/. 24,856,724.15 y un egreso de S/. 23,001,930.31, siendo su beneficio de S/. 1,854,793.84, demostrando que la inversión de las estrategias influye significativamente en mejoras económicas de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., siendo viables y rentable su aplicación.

Tabla 17. Relación de beneficio - costo

Relación B/C	S/. 55,897,679.58
	S/. 51,688,442.52
TOTAL	1.08

Fuente: Estado de resultado de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.

Elaborado por la autora.

- En función a la Tabla 17, respecto al beneficio y costo, se puede llegar a la conclusión que la valoración es ($B > 1$) debido a que proyecta un 1.08, reflejando que la inversión se recuperará de manera efectiva, teniendo en cuenta la $Tdsct = 10\%$, demostrando que el crecimiento de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., durante los periodos 2019 al 2020, es factible respecto a las estrategias a implementar, mediante el desarrollo o crecimiento de las actividades agroindustriales y de exportación de productos de uva de mesa en los mercados internacionales.

VIII. REFERENCIAS

- Abanto Vélez, W. I. (2015). *Validez y confiabilidad de los instrumentos para trabajos de investigación*. Trujillo - Perú.
- Aponte, G., y Gonzales, Y. (Abril de 2016). *Evaluación de los programas de responsabilidad social empresarial en una empresa agroindustrial ubicada en Valencia estado de Carabobo*. Obtenido de Repositorio Universidad de Carabobo: <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/3415/ghapoyago.pdf?sequence=4>
- Banco Mundial. (05 de Junio de 2018). *La economía mundial se expandirá un 3,1 % en 2018; se prevé un crecimiento menor en el futuro*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2018/06/05/global-economy-to-expand-by-3-1-percent-in-2018-slower-growth-seen-ahead>
- Bazalar Parra, R. (2017). *Lineamientos de Responsabilidad social empresarial para la gestión del Fondo Nacional de Desarrollo Pesquero - Zonal Paita. Piura - 2017*. Piura - Perú: Universidad César Vallejo.
- Cabrera Trujillo, M. M. (01 de Enero de 2017). *Responsabilidad Social Empresarial en las Agroindustrias Productoras de Melón del Departamento de Zacapa*. Obtenido de Recursos Bibliográficos Universidad de Landívar: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Cabrera-Melisa.pdf>
- Cajiga Calderón, J. F. (31 de Octubre de 2018). *Responsabilidad Social Empresarial: Le entramos ahora, lo hacemos cuando sea imperativo o nos esperamos a que pase la moda*. Obtenido de Expok - Comunicación de Sustentabilidad y RSE: <https://www.expoknews.com/responsabilidad-social-empresarial-le-entramos-ahora-lo-hacemos-cuando-sea-imperativo-o-nos-esperamos-a-que-pase-la-moda/>
- Di Genova, A. (2012). *Manual de relaciones públicas e institucionales; estrategias de comunicación y tácticas relacionales (2° ed.)*. Buenos Aires - Argentina: Urgeman Editor.
- El Peruano. (31 de Agosto de 2016). *La responsabilidad social corporativa y sus aportes*. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia-la-responsabilidad-social-corporativa-y-sus-aportes-45175.aspx>

- Flores Coronado, J. J., y Silva Tarrillo, M. Á. (2018). *La responsabilidad social empresarial para incrementar la competitividad en la empresa Helatonys - Chiclayo 2016*. Pimentel: Universidad Señor de Sipán.
- Fruitxchange, s.f. (2019) *Quienes Somos*. Obtenido de Fruitxchange SAC: <http://www.fxcperu.com>
- Hernández Sánchez, D. E., y Manrique Morales, G. S. (2017). *La responsabilidad social empresarial y su influencia en el éxito competitivo de las empresas agroexportadoras de uva fresca*. Lima - Perú: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Hernandez, F. Y. (2014). *Metodología de la investigación 6° Edición*. México: McGraw-Hill.
- Hernández, M. (2014). *Administración de empresas (2.ª ed.)*. Madrid, España.
- Hill, C. W., Jones, G. R., y Schilling, M. A. (2015). *Administración Estratégica. Teoría y casos. Un enfoque integral*. México: Cengage Learning Editores.
- IPE. (02 de Marzo de 2018). *PERÚ SERÁ EL PAÍS CON MAYOR CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LATINOAMÉRICA EN 2018*. Obtenido de <http://www.ipe.org.pe/portal/peru-sera-el-pais-con-mayor-crecimiento-economico-de-latinoamerica-en-2018/>
- La República. (21 de Enero de 2017). *Piura contribuye a crecimiento económico en la zona norte*. Obtenido de Piura contribuye a crecimiento económico en la zona norte: <https://larepublica.pe/sociedad/1009237-piura-contribuye-a-crecimiento-economico-en-la-zona-norte>
- Luna Gonzáles, A. C. (2016). *Plan estratégico de negocios*. México: Grupo Editorial Patria.
- Porter, M. E. (2015). *Ventaja Competitiva - Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México: Grupo Editorial Patria S.A.
- Yañez Castañeda, L. E. (2017). *Propuesta de estrategias de responsabilidad social como ventaja competitiva en la empresa Agropesca del Perú SAC en la ciudad de Sullana - Año 2017*. Piura - Perú: Universidad César Vallejo.

ANEXOS

Anexo N° 1. Matriz de Consistencia

TEMA	PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	MÉTODO
	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	
“RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y SU INFLUENCIA EN LA VENTAJA COMPETITIVA DE LA EMPRESA FRUITXCHANGE S.A.C., SULLANA 2018”	<ul style="list-style-type: none"> ¿De qué manera la responsabilidad social corporativa influye en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018? 	<ul style="list-style-type: none"> Analizar la influencia de la responsabilidad social corporativa en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018 	<ul style="list-style-type: none"> La responsabilidad social corporativa influye significativamente en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018. 	<ul style="list-style-type: none"> Diseño de investigación No experimental y transversal Tipo de investigación Correlacional - Causal Enfoque Cuantitativo y cualitativo Población Estará conformado por 124 colaboradores y 287,680 habitantes de la ciudad de Sullana. Muestra Se realizó un censo para el personal, mostrando 124 colaboradores y una muestra probabilística aleatoria simple que arrojó 384 habitantes. Técnica (03) Encuestas y (01) entrevista Instrumentos (03) Cuestionarios y (01) guía de entrevista Método de análisis Análisis correlativo mediante SPSS V25, a través de tablas de frecuencia y porcentaje.
	PROBLEMA ESPECÍFICOS	OBJETIVO ESPECÍFICOS	HIPOTESIS ESPECÍFICAS	
	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo la responsabilidad económica influye en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018? 	<ul style="list-style-type: none"> Determinar la influencia de la responsabilidad económica en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018. 	<ul style="list-style-type: none"> La responsabilidad económica influye significativamente en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018. 	
	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo la responsabilidad social influye en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018? 	<ul style="list-style-type: none"> Describir la influencia de la responsabilidad social en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018. 	<ul style="list-style-type: none"> La responsabilidad social influye significativamente en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018. 	
	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo la responsabilidad medio ambiental influye en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018? 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar la influencia de la responsabilidad económica en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018. 	<ul style="list-style-type: none"> La responsabilidad medio ambiental influye en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018. 	

Anexo N° 2. Matriz de instrumentos

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Indicadores		Técnica / Instrumento	INST. A1 Cuestionario		INST. A2 Cuestionario		INST. A3 Cuestionario		INST. A4 Guía de entrevista	
							N° de Ítems	Ítems	N° de Ítems	Ítems	N° de Ítems	Ítems	N° de Ítems	Ítems
¿De qué manera la responsabilidad social corporativa influye en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018?	Analizar la influencia entre la responsabilidad social corporativa con la ventaja competitiva de la empresa	La responsabilidad social corporativa influye significativamente en la ventaja competitiva de la empresa	O ₁ Responsabilidad social corporativa	O1.1	Cobertura de programas sociales	Encuesta / Cuestionario	02	1,2					01	1
				O1.2	- Ayudas públicas recibidas		02	3,4					01	2
				O1.3	- Sanciones públicas		02	5,6					01	3
				O1.4	- Nivel empleabilidad de		02	7,8					01	5
				O1.5	- Beneficios sociales al personal		02	9,10						
				O1.6	- Proyectos sociales	Entrevista / Guías de Entrevista	02	11,12					01	6
				O1.7	- Suministro de los recursos		02	13,14			02	1,2	01	7
				O1.8	- Concientización ambiental		02	15,16			02	3,4	01	8
				O1.9	- Planes de gestión ambiental		02	17,18			02	5,6,7	01	9
	FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018.	FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018.	O ₂ Ventaja competitiva	O2.1	- Volumen de producción	Encuesta / Cuestionario			02	1,2			01	10
				O2.2	- Productos estandarizados				02	3,4				
				O2.3	- Precio competitivo				02	5,6				
				O2.4	- Orientación al cliente	Entrevista / Guía de Entrevista			02	7,8			01	11
				O2.5	- Innovación tecnológica				02	9,10				
				O2.6	- Características del producto				02	11,12				
				O2.8	- Dinamismo del mercado				02	13,14			01	12
				O2.9	- Conocimiento del mercado				02	15,16				
				O2.10	- Mercado potencial				02	17,18				

Anexo N° 3. Formato del cuestionario a personal responsable de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., en relación a la variable responsabilidad social corporativa.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estimado personal, reciban un cordial saludo, el presente cuestionario de carácter confidencial tiene como objetivo recabar información necesaria que servirá como sustento a la investigación que se realiza en función a la “Responsabilidad social corporativa y su influencia en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana 2018”

I. INSTRUCCIONES:

Lea cuidadosamente cada ítem y marque con una (X) la calificación que considera adecuada teniendo en cuenta la siguiente escala:

(5) Totalmente de acuerdo (4) De acuerdo (3) Indiferente (2) En desacuerdo (1) Totalmente en desacuerdo

Dimensiones	Indicadores	N° Ítems	Descripción	Escala de medida				
				5	4	3	2	1
- Responsabilidad económica	- Coberturas programas sociales	01	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C. destina una parte de su presupuesto económico para una mayor cobertura en programas sociales.					
		02	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., distribuye adecuadamente los presupuestos destinados a la cobertura de programas relacionados al bienestar de la comunidad y del medio ambiente.					
	- Ayudas públicas recibidas	03	El Ministerio del Ambiente del Perú y otras organizaciones han contribuido a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.					
		04	El Ministerio del Ambiente del Perú y otras organizaciones se preocupan para brindar algún tipo de ayuda económica a las empresas agroexportadoras como la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.					
	- Sanciones públicas	05	El Organismo de Evaluación y Fiscalización ambiental, entre otras entidades han sancionado frecuentemente a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.					
		06	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., ha tomado acciones para evitar las sanciones que suele realizar la Organización de Evaluación y Fiscalización ambiental.					
- Responsabilidad social	- Nivel de empleabilidad	07	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., ha beneficiado a la comunidad local a través de una mayor empleabilidad producto de sus operaciones.					
		08	Las oportunidades laborales que brinda la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., son de vital valor para la comunidad local.					
	- Beneficios laborales	09	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., brinda beneficios laborales a todo su personal y principalmente de las áreas operativas relacionadas con el cultivo de su materia prima.					
		10	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., cumple con las asignaciones familiares, CTS, vacaciones, feriados, entre otros a su personal que labora actualmente en sus instalaciones.					
	- Proyectos sociales	11	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., cada cierto periodo anual realiza entre 2 o más proyectos sociales destinados a la integración de la comunidad local.					
		12	Considera que la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., cumple eficientemente con la ejecución de proyectos sociales con la finalidad de mejorar la relación con la comunidad local.					

Dimensiones	Indicadores	N° Ítems	Descripción	Escala de medida				
				5	4	3	2	1
- Responsabilidad medio ambiental	- Suministro de los recursos	13	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., suministra eficientemente los recursos que le proporciona la naturaleza para su cultivo de uva teniendo en cuenta la inocuidad ambiental.					
		14	Está totalmente de acuerdo con el suministro de los recursos naturales que la empresa FRUITXCHANGE S.A.C. maneja diariamente mediante su personal operativo.					
	- Concientización ambiental	15	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., mensualmente concientiza a su personal y a la comunidad local sobre el cuidado del medio ambiente o de los recursos naturales disponibles.					
		16	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., realiza talleres de concientización ambiental y sus riesgos a la comunidad local con la finalidad de realizar una cultura de mejora.					
	- Planes de gestión ambiental	17	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., cuenta con planes de gestión ambiental que le permita el adecuado direccionamiento de los recursos ambientales que requiere.					
		18	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., ejecuta productivamente los planes ambientales y así mismo evalúa los resultados obtenidos para tomar acciones a un corto plazo.					

DATOS GENERALES

1. Fecha de aplicación: ____ / ____ / ____
2. Sexo: M: _ F: _
3. Edad: 20 - 27 28 – 35 36 – 43 44 - 50
4. Grado de instrucción: Post grado ____ Superior Universitario ____ Técnico ____ Secundaria
5. Nivel de ingresos: Menos de s/.750 s/. 750 – 1800 s/1800 - 3500 s/.3500 a más
6. Tiempo laborando: Menos de 01 años ____ Entre 01 a 02 años ____ Más de 02 años _

Anexo N° 4. Formato del cuestionario a personal responsable de la empresa

FRUITXCHANGE S.A.C., en relación a la variable ventaja competitiva.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estimado Personal, reciban un cordial saludo, el siguiente cuestionario de carácter confidencial está destinado a recolectar información necesaria que servirá como sustento a la investigación que se realiza en función a la “Responsabilidad social corporativa y su influencia en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana 2018”

I. INSTRUCCIONES:

Lea cuidadosamente cada ítem y marque con una (X) la calificación que considera adecuada teniendo en cuenta la siguiente escala:

(5) Totalmente de acuerdo (4) De acuerdo (3) Indiferente (2) En desacuerdo (1) Totalmente en desacuerdo

Dimensiones	Indicadores	N° Ítems	Descripción	Escala de medida				
				5	4	3	2	1
- Capacidad de producción	- Volumen de producción	01	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., produce la cantidad necesaria en función a la capacidad máxima de producción respecto a los productos de uva de mesa que oferta.					
		02	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., ha establecido estándares de calidad respecto al volumen de producción que realiza diariamente en función al mercado internacional.					
	- Productos estandarizados	03	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., cuenta con productos estandarizados según su peso, calidad y otras características fundamentales que solicitan sus clientes corporativos.					
		04	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., ofrece sus productos de “Uva de mesa” según los estándares necesarios de acuerdo a las exigencias del mercado internacional.					
	- Precio competitivo	05	Considera que los precios competitivos que la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., oferta se ajustan a las condiciones de compra de sus clientes corporativos.					
		06	Los precios y/o tarifas establecidas por la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., respecto a sus productos mantienen una ventaja respecto a sus competidores.					
- Enfoque interno	- Orientación al cliente	07	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., conoce las necesidades principales de sus clientes corporativos respecto a los productos de uva de mesa que exporta al mercado internacional.					
		08	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., cumple con los requerimientos y exigencias técnicas de los productos que le solicita el mercado internacional.					
	- Innovación tecnológica	09	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., cuenta con equipos y/o máquinas modernas que se ajustan tanto en las áreas administrativas y operativas.					
		10	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., invierte constantemente en maquinarias modernas para la mejora de los procesos de cultivo de la uva en sus tierras.					
	- Características del producto	11	Considera que los productos que le ofrece la empresa FRUITXCHANGE S.A.C. cuentan con las características físicas y técnicas necesarias para su exportación.					
		12	Se detallan físicamente las características del producto de uva de mesa que la empresa FRUITXCHANGE S.A.C. ofrece a su mercado potencial.					

Dimensiones	Indicadores	N° Ítems	Descripción	Escala de medida				
				5	4	3	2	1
- Enfoque de mercado	- Dinamismo del mercado	13	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., ha aprovechado eficientemente los cambios y/o crecimiento del mercado internacional como también nacional.					
		14	Considera que la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., ha tomado estrategias competitivas que garantizan su crecimiento económico y liquidez de sus operaciones.					
	- Conocimiento del mercado	15	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., evalúa continuamente el mercado potencial respecto a la estabilidad y crecimiento de sus clientes corporativos.					
		16	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., ha determinado indicadores para la toma de decisiones en el mercado internacional y nacional.					
	- Mercado potencial	17	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., ha segmentado adecuadamente el mercado potencial donde ofrece sus productos de uva de mesa con la finalidad de mantener lazos comerciales.					
		18	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., cuenta con una mayor participación en los diferentes segmentos de mercado potencial nacional y también internacional.					

DATOS GENERALES

1. Fecha de aplicación: ____ / ____ / ____
2. Sexo: M: _ F: _
3. Edad: 20 - 27 28 – 35 36 – 43 44 - 50
4. Grado de instrucción: Post grado ____ Superior Universitario ____ Técnico ____ Secundaria
5. Nivel de ingresos: Menos de s/.750 s/. 750 – 1800 s/1800 - 3500 s/.3500 a más
6. Tiempo laborando: Menos de 01 años ____ Entre 01 a 02 años ____ Más de 02 años _

**Anexo N° 5. Formato del cuestionario a la comunidad local, entorno a la empresa
FRUITXCHANGE S.A.C.**



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estimado poblador, reciba un cordial saludo, el siguiente cuestionario de carácter confidencial está destinado a recabar información necesaria que servirá de soporte a la investigación que se realiza en cuanto a la “Responsabilidad social corporativa y su influencia en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana 2018”

I. INSTRUCCIONES

Lea cuidadosamente cada ítem y marque con una (X) la calificación que considera adecuada teniendo en cuenta la siguiente escala:
(5) Totalmente de acuerdo (4) De acuerdo (3) Indiferente (2) En desacuerdo (1) Totalmente en desacuerdo

Dimensiones	Indicadores	N° Ítems	Descripción	Escala de medida				
				5	4	3	2	1
- Responsabilidad medio ambiental	- Suministro de los recursos	01	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., ha gestionado adecuadamente los recursos que requieren sus cultivos de uvas sin ningún riesgo de contaminación a la comunidad local.					
		02	Frecuentemente, la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., durante el procesamiento ha producido alguna contaminación ambiental.					
	- Concientización ambiental	03	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., realiza charlas y/o talleres de concientización sobre el cuidado y protección del medio ambiente en la comunidad local.					
		04	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., ha realizado campañas ambientales en alianza con la comunidad local para tomar conciencia sobre el medio ambiente.					
	- Planes de gestión ambiental	05	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., ha realizado planes ambientales en alianza con la comunidad local respecto a la protección del medio ambiente.					
		06	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., cada año realiza una serie de planes ambientales teniendo en cuenta la participación de la comunidad local.					
		07	La empresa FRUITXCHANGE S.A.C., mediante sus políticas ambientales, ha mantenido un cuidado o tratamiento adecuado de los recursos naturales.					

DATOS GENERALES

- Fecha de aplicación: ____ / ____ / ____
- Sexo: M: ____ F: ____
- Edad: 20 - 27 28 – 35 36 – 43 44 - 50
- Grado de instrucción: Post grado ____ Superior Universitario ____ Técnico ____ Secundaria
- Nivel de ingresos: Menos de s/.750 s/. 750 – 1800 s/1800 - 3500 s/.3500 a más

**Anexo N° 6. Formato de la guía de entrevista al Gerente General de la empresa
FRUITXCHANGE S.A.C.**



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estimado gerente, reciba un cordial saludo, la siguiente entrevista de carácter confidencial está destinado a recabar información necesaria que servirá de soporte a la investigación que se realiza en cuanto a la “*Responsabilidad social corporativa y su influencia en la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana 2018*”. Se le agradece de antemano su valiosa participación.

I. DATOS GENERALES

- ☐ **Nombre del Entrevistador (a):** _ Bach. Rosales Purizaca, Berthany del Socorro **Fecha de la aplicación:** 22/04/2019
- ☐ **Nombre del Entrevistado:** _ Grte. Gamboa Burgos, José Luis **Tiempo de aplicación:** 45 min

1. ¿La empresa, ha cumplido con las coberturas en los programas sociales? Explique
2. ¿Las autoridades políticas han contribuido adecuadamente en los proyectos sociales y ambientales en la empresa?
Explique.
3. ¿La empresa ha tomado medidas y/o acciones sobre las sanciones gubernamentales por incumplimiento de programas sociales y medioambientales? Explique.
4. ¿La empresa ha cumplido con las políticas económicas establecidas? Explique
5. ¿La empresa ha proporcionado empleabilidad y beneficios laborales a la comunidad local? Explique.
6. ¿La empresa ha cumplido eficientemente con los proyectos y políticas sociales? Explique.
7. ¿En la empresa el personal de las diferentes áreas suministra eficientemente los diferentes recursos disponibles? Explique.
8. ¿La empresa ha realizado programas, talleres y/o charlas de concientización ambiental de manera periódica? Explique.
9. ¿La empresa ha cumplido con los planes y políticas de gestión ambiental Explique
10. ¿Cuáles son los factores fundamentales que la empresa posee para mantener un liderazgo de costos en el sector?
11. ¿Cuáles son los elementos de diferenciación que la empresa proporciona a sus clientes de acuerdo a sus productos de “Uva de mesa”?
12. ¿La empresa aprovecha, conoce y evalúa su mercado potencial? Explique.

Muchas gracias por su contribución...

Anexo N° 7. Informe del cuestionario aplicado al personal de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., respecto a las variables responsabilidad social corporativa y ventaja competitiva

En relación al instrumento de recolección de datos, estos se consideraron en función a las dimensiones de la variable *Responsabilidad social corporativa* respecto a la variable *ventaja competitiva*, determinan la interpretación y análisis pertinente de los ítems calificados por el personal de la empresa. A continuación, se representan:

Tabla 18. Situación de la responsabilidad económica en la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.

D ₁ Responsabilidad económica	Escala de alternativas										(Σ) Total	
	(5) TD		(4) DA		(3) IN		(2) ED		(1) ET			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
– El MINAM y otras organizaciones se preocupan por brindar algún tipo de ayuda.	11	08,87%	10	08,87%	30	24,19%	32	25,81%	41	33,06%	124	100,00%
– El Organismo de Evaluación y Fiscalización ambiental, entre otras entidades han sancionado a la empresa.	21	16,94%	20	16,13%	32	25,81%	40	32,26%	11	08,87%	124	100,00%
– La empresa ha tomado acciones para evitar las sanciones ambientales	10	8,06%	53	42,74%	40	32,26%	10	08,06%	11	08,87%	124	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores

Los resultados de la Tabla 18, muestran que respecto a la responsabilidad económica, los colaboradores de la empresa, calificaron con totalmente en desacuerdo un 33,06% la preocupación del sector público, a diferencia de un 08,87% que lo calificó totalmente de acuerdo y de acuerdo, así mismo calificaron un 32,26% en desacuerdo las sanciones realizadas por las entidades supervisoras, a diferencia de un 08,87% que lo calificó en totalmente en desacuerdo, así también calificaron de acuerdo un 42,74% las acciones tomadas por la empresa, a diferencia de un 08,06% que lo calificó en totalmente de acuerdo y en desacuerdo, esto se debe a que los colaboradores de la empresa mencionaron que las autoridades públicas y la empresa no se han preocupado por cumplir económicamente en la distribución de los presupuestos en proyectos sociales o ambientales, pero sí se ha brindado alguna ayuda al entorno social, sin embargo no han recibido sanciones por los entes reguladores pero si han tomado acciones y/o medidas de mejora para evitar ciertas sanciones.

Tabla 19. Situación de la responsabilidad social en la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.

D2 Responsabilidad social	Escala de alternativas										(Σ) Total	
	(5) TD		(4) DA		(3) IN		(2) ED		(1) ET			
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
– Las oportunidades laborales que brinda la empresa son de vital valor para la comunidad local.	21	16,94%	42	33,87%	31	25,00%	20	16,13%	10	08,06%	124	100,00%
– La empresa brinda beneficios laborales a todo su personal y de las áreas operativas	11	08,87%	52	41,94%	30	24,19%	10	08,06%	21	16,94%	124	100,00%
– La empresa cumple eficientemente con la ejecución de proyectos sociales.	00	00,00%	21	16,94%	31	25,00%	31	25,00%	41	33,06%	124	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores.

Los resultados de la Tabla 19, muestran que, respecto a la responsabilidad social, los colaboradores de la empresa, calificaron de acuerdo un 33,87% las oportunidades laborales a la comunidad, a diferencia de un 08,06% que lo calificó totalmente en desacuerdo, así mismo calificaron de acuerdo un 41,94% los beneficios que brinda la empresa, a diferencia de un 08,87% que calificó totalmente de acuerdo, así también que calificaron en totalmente en desacuerdo un 33,06% cumplimiento de la ejecución de proyectos sociales, a diferencia de un 16,94% que lo calificó de acuerdo, esto se debe a que los colaboradores de la empresa mencionaron que las oportunidades o beneficios de empleabilidad han sido importantes para la comunidad local, puesto que permite un mayor crecimiento y desarrollo en sus actividades, sin embargo no se han ejecutado, puesto que es uno de los aspectos deficientes que inciden a nivel laboral y organizacional.

Tabla 20. Situación de la responsabilidad medio ambiental en la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.

D ₃ Responsabilidad medio ambiental	Escala de alternativas										(Σ) Total	
	(5) TD		(4) DA		(3) IN		(2) ED		(1) ET			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
– La empresa suministra eficientemente los recursos que le proporciona la naturaleza.	11	08,87%	52	41,94%	40	32,26%	10	08,06%	11	08,87%	124	100,00%
– La empresa, mensualmente concientiza a su personal y a la comunidad local sobre el cuidado del medio ambiente.	11	08,87%	10	08,06%	53	42,74%	30	24,19%	20	16,13%	124	100,00%
– La empresa cuenta con planes ambientales que permita el adecuado direccionamiento de los recursos ambientales.	11	08,87%	20	16,13%	62	50,00%	10	08,06%	21	16,94%	124	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a los colaboradores

Los resultados de la Tabla 20, muestran que respecto a la responsabilidad medio ambiental, los colaboradores de la empresa, calificaron de acuerdo un 41,94% el suministro de los recursos, a diferencia de un 08,06% que lo calificó en totalmente de acuerdo y de acuerdo, así mismo calificaron indeciso un 42,74% la concientización al personal y la comunidad, a diferencia de un 08,06% que lo calificó de acuerdo, así también calificaron indeciso un 50,00% los planes de gestión ambiental a diferencia de un 08,06% que lo calificó en desacuerdo, esto se debe a que los colaboradores de la empresa mencionaron que regularmente se ha suministrado eficientemente los recursos naturales, sin embargo en ocasiones o pocas veces se concientiza al personal y a la comunidad sobre la valoración o cuidado del medio ambiente, además que regularmente no se cuenta con planes que permitan el direccionamiento adecuado de los recursos ambientales.

Anexo N° 8. Informe de la guía de entrevista al gerente de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., respecto a las variables responsabilidad social corporativa y ventaja competitiva

○ **Datos generales**

- **Nombre del entrevistador** : Bach. Rosales Purizaca, Berthany del Socorro
- **Nombre del entrevistado** : Grte. Gamboa Burgos, José Luis
- **Fecha de aplicación** : 22/04/2019
- **Tiempo de aplicación** : 45 min.

○ **Desarrollo**

Para la recopilación de la información obtenida en la entrevista, se tuvo en cuenta una serie de aspectos o factores relacionados principalmente con las variables de estudio “*Responsabilidad social corporativa y ventaja competitiva*” con la finalidad de conocer la realidad desde una perspectiva gerencial. A continuación, se detallan de acuerdo a los objetivos propuestos:

Aspectos que determinan la responsabilidad económica de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018.

La empresa, regularmente a cumplido con las coberturas económicas relacionadas con los programas sociales, aunque en algunos casos estas no se han desarrollado debido a muchos aspectos que inciden en la organización, sin embargo en ocasiones las autoridades públicas no han contribuido adecuadamente en los proyectos sociales y/o ambientales, siendo la empresa quien busca el apoyo y contribución por parte de las organizaciones dedicadas al desarrollo local, así mismo durante sus gestiones o actividades productivas, no ha sido sancionada, puesto que se han tomado algunas acciones para evitar ciertas irregularidades en los programas sociales, además se está tratando de mantener una mejora en la aplicación de la responsabilidad social.

Aspectos que determinan la responsabilidad social de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018.

En la empresa se trata continuamente en cumplir con las políticas sociales como eje laboral, sin embargo no se ha destinado algún presupuesto para su mejora o desarrollo de manera eficiente, no obstante se está trabajando conjuntamente con el personal

responsable para su desarrollo a un mediano plazo, así mismo el desarrollo productivo de la empresa, ha permitido generar fuentes de trabajo y beneficios a la comunidad local, mejorando su calidad de vida y manteniendo un desarrollo sostenible, puesto que la mayoría del personal operativo proviene en torno a la empresa, además en relación los proyectos sociales, se trata continuamente de generar un mayor beneficio tanto al personal como a la comunidad local a través de las políticas sociales que cada vez son más claras.

Aspectos que determinan la responsabilidad medio ambiental de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018.

En la empresa, se trata de que el personal suministre eficientemente los diferentes recursos que se le proporcionan a través de la cosecha y equipos físicos, así mismo en ocasiones se evidencian algunas deficiencias pero se cuenta con personal supervisor para su inmediato funcionamiento, así mismo no se ha dado mucho énfasis fundamentalmente en talleres y/o charlas de concientización ambiental, pero se trata de apoyar al sector educativo a través de un apoyo comunitario, sin embargo se cuenta con un certificado bajo el estándar *RAIN FOREST ALLIANCE*, que significa que se mantienen políticas muy claras, en el desarrollo y cuidado medio ambiental, esta a su vez se trata de cumplir de manera adecuada, además respecto al cumplimiento de planes de gestión ambiental, se trata de cumplir los objetivos medio ambientales.

Aspectos que determinan la ventaja competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana año 2018.

En relación a la ventaja competitiva, los factores que la empresa posee para mantener un liderazgo de costos en proceso, se enfoca principalmente en el volumen o producción, evitando la generación de stock de productos, así mismo se trata de establecer precios competitivos en función a la fluctuación de la demanda, así mismo de los factores que determinan la diferenciación de la empresa, están relacionados con mantener una adecuada relación con ellos, así mismo saber las características de los productos que solicitan en función al nivel competitivo exigido y sobre todo tratar de incrementar el nivel de satisfacción, sin embargo no se aprovecha adecuadamente el mercado, mucho menos se realiza frecuentemente el movimiento del mercado de exportación del producto uva de mesa, pero sí existen algunos indicadores de medida que nos permiten reflejar las ventas, pero se está tratando de tomar acciones correctivas sobre estos.

Anexo N° 9. Validación de jueces expertos respecto a los instrumentos



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Freddy Castillo Palacios con DNI N° 02842237 Doctor
 en Administración N° ANR: 202528 de profesión
lic. en Administración desempeñándome como Docente en
U.C.V. Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:
 Cuestionario a personal responsable de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., en relación a la
 variable ventaja competitiva.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario a personal responsable de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., en relación a la variable ventaja competitiva.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 15 días del mes de abril
 del Dos mil diecinueve.

Dr. : [Firma]
 DNI : 02842237
 Especialidad : Administración/ Investigación
 E-mail : fcastillo30@hotmail.com
Dr. Freddy William Castillo Palacios

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, MERCEDES R. PALACIOS DE BRICEÑO con DNI N° 02845588 Doctora en CIENCIAS ADMINISTRATIVAS N° ANR:, de profesión LIC. AP. desempeñándome como DOCENTE en UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento: Cuestionario a personal responsable de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., en relación a la variable responsabilidad social corporativa.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario a personal responsable de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., en relación a la variable responsabilidad social corporativa.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 15 días del mes de abril

del Dos mil diecinueve. *M. R. Palacios de Briceño*

Dra. : MERCEDES R. PALACIOS DE BRICEÑO
 DNI : 02845588
 Especialidad : LIC. EN ADMINISTRACIÓN
 E-mail : mechedek2@yahoo.es

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo Carmen V. James Espinoza con DNI N° 4044130 Doctora
en Ciencias de la Educación N° ANR: , de profesión
Docente en Administración desempeñándome como Docente en
Escuela de Administración

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:
Cuestionario a personal responsable de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., en relación a la
variable ventaja competitiva.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario a personal responsable de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., en relación a la variable ventaja competitiva.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Sufficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 15 días del mes de abril
del Dos mil diecinueve.

Dra. : Carmen James Espinoza
DNI : 4044130
Especialidad : Administración
E-mail : James C. Espinoza



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Freddy Gutierrez Palacios con DNI N° 02842237 Doctor
en Ciencias Administrativas N° ANR: A202528 de profesión
lic. en Administrac. desempeñándome como Docente en
U. C. V. Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:
Cuestionario a personal responsable de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., en relación a la variable
responsabilidad social corporativa.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario a personal responsable de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., en relación a la variable responsabilidad social corporativa.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 15 días del mes de abril
del Dos mil diecinueve.

Dr. : [Firma]
DNI : 02842237
Especialidad : Administración / Investigación
E-mail : fgutierrez30@hotmail.com
Dr. Freddy William Gutierrez Palacios,

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, MERCEDES R. PALACIOS DE BRICEÑO con DNI N° 02845588 Doctora
en CIENCIAS AD. N° ANR: , de profesión
LIC. EN AD desempeñándome como DOCENTE en
UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:
Cuestionario a personal responsable de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., en relación a la
variable ventaja competitiva.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario a personal responsable de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., en relación a la variable ventaja competitiva.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 15 días del mes de abril
del Dos mil diecinueve.

M. R. Palacios de Briceño

Dra. : MERCEDES R. PALACIOS DE BRICEÑO
DNI : 02845588
Especialidad : LIC. EN AD.
E-mail : mercedesr@yahoo.es

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carmen V. Ramos Fajardo con DNI N° 4041130 Doctora
en Ciencias de la Educación N° ANR: de profesión
Leg. Administrativa desempeñándome como Docente en
U de Educativa UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:
Cuestionario a la comunidad local, entorno a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario a la comunidad local, entorno a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 15 días del mes de abril
del Dos mil diecinueve.

Dra. : Carmen V. Ramos Fajardo
DNI : 4041130
Especialidad : Administrativa
E-mail :



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Freddy Cartillo Palacios con DNI N° 02842237 Doctor
en ciencia Administrativa N° ANR: A202528 de profesión
lic. en Administración desempeñándome como Docente en
U. C. V. Piura

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:
Cuestionario a la comunidad local, entorno a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario a la comunidad local, entorno a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 15 días del mes de abril
del Dos mil diecinueve.

Dr. : [Firma]
DNI : 02842237
Especialidad : Administración / Investigación
E-mail : f.cartillo.30@hotmail.com
Dr. Freddy William Cartillo Palacios

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, MERCEDES R. PALACIOS DE BRICEÑO con DNI N° 02845588 Doctora
en CIENCIAS ADMINISTRATIVAS N° ANR:, de profesión
Lic. en Ad. desempeñándome como DOCENTE en
UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:
Cuestionario a la comunidad local, entorno a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario a la comunidad local, entorno a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 15 días del mes de abril

del Dos mil diecinueve.

M. R. Palacios de Briceño

Dra. : MERCEDES R. PALACIOS DE BRICEÑO
DNI : 02845588
Especialidad : Lic. Ad.
E-mail : mercedesb@yahoo.es

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Emma V. Ramos Lora con DNI N° 40545130 Doctora
 en Grados de la Educación N° ANR: de profesión
Docente en Administración desempeñándome como Docente en
Escuela de Administración


Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:
 Cuestionario a personal responsable de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., en relación a la variable
 responsabilidad social corporativa.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cuestionario a personal responsable de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., en relación a la variable responsabilidad social corporativa.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización				X	
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 15 días del mes de abril
 del Dos mil diecinueve.

Dra. : Emma Ramos Lora
 DNI : 40545130
 Especialidad : Administración
 E-mail : emma.ra@guil.edu.pe



Anexo N° 10. Validación de la confiabilidad del instrumento

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	---	-----------------------

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTES	:	Berthany del Socorro Rosales Purizaca
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Responsabilidad Social Corporativa y su influencia en la Ventaja Competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana 2018
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Escuela profesional de Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario sobre Responsabilidad social corporativa
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	<i>KR-20 kuder Richardson</i> () <i>Alfa de Cronbach.</i> (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	25-04-2019
1.7. MUESTRA APLICADA	:	12

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.979
------------------------------------	--------------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.)

Numero de ítems iniciales: 18 Numero de ítems iniciales: 18 El valor encontrado cae en un rango de confiabilidad muy alto, lo que garantiza la aplicabilidad del instrumento
--

Estudiante: Berthany del S. Rosales Purizaca
DNI: 41020223

Docente


LEMIN ABANTO CERNA
LIC. EN ESTADÍSTICA
C/ESPE 508

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	---	-----------------------

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTES	:	Berthany del Socorro Rosales Purizaca
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Responsabilidad Social Corporativa y su influencia en la Ventaja Competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana 2018
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Escuela profesional de Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario sobre Ventaja competitiva
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	<div> <div> KR-20 kuder Richardson () </div> <div> Alfa de Cronbach. (X) </div> </div>
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	25-04-2019
1.7. MUESTRA APLICADA	:	12

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.988
------------------------------------	--------------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.)

<p>Numero de ítems iniciales: 18</p> <p>Numero de ítems iniciales: 18</p> <p>El valor encontrado cae en un rango de confiabilidad muy alto, lo que garantiza la aplicabilidad del instrumento</p>

Estudiante: Berthany del S. Rosales Purizaca
DNI: 41020223

Docente


LEMIN ABANTO CERNA
UG. EN ESTADÍSTICA
COESPE 506

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	--	-----------------------

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTES	:	Berthany del Socorro Rosales Purizaca
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Responsabilidad Social Corporativa y su influencia en la Ventaja Competitiva de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana 2018
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Escuela profesional de Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario aplicado a la comunidad
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	KR-20 kuder Richardson ()
	:	Alfa de Cronbach. (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	25-04-2019
1.7. MUESTRA APLICADA	:	12

II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.866
---	--------------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.*)

Numero de ítems iniciales: 7
Numero de ítems iniciales: 7
El valor encontrado cae en un rango de confiabilidad alto, lo que garantiza la aplicabilidad del instrumento

Estudiante: Berthany del S. Rosales Purizaca
DNI: 41020223

Docente


LEMIN ABANTO CERMA
LIC. EN ESTADÍSTICA
COESPE 506

Anexo N° 11. Relación del personal y comunidad local

Tabla 21. Relación del personal o colaboradores de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C

EMPRESA FRUITXCHANGE S.A.C	
DESCRIPCIÓN	N°
- Gerente general	01
- Gerente de operaciones	01
- Asesor agrícola	01
- Empleados	20
- Jefe de planta	01
- Jefe de mantenimiento	01
- Operarios	18
- Superintendente de campo	01
- Obreros de campo	80
- TOTAL DEL PERSONAL	124

Fuente: Registro de planilla de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C
Elaborado por el Autor.

Tabla 22. Relación de la comunidad local o población de Sullana

POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE SULLANA	
DESCRIPCIÓN	N°
- Distritos de la ciudad de Sullana	287,680
- TOTAL DE LA POBLACIÓN	287,680

Fuente: RENIEC, INEI y Municipalidad Provincial de Sullana.
Elaborado por el Autor.

Anexo N° 12. Evidencias visuales de la aplicación de los instrumentos

Ilustración 1. Gerente de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C



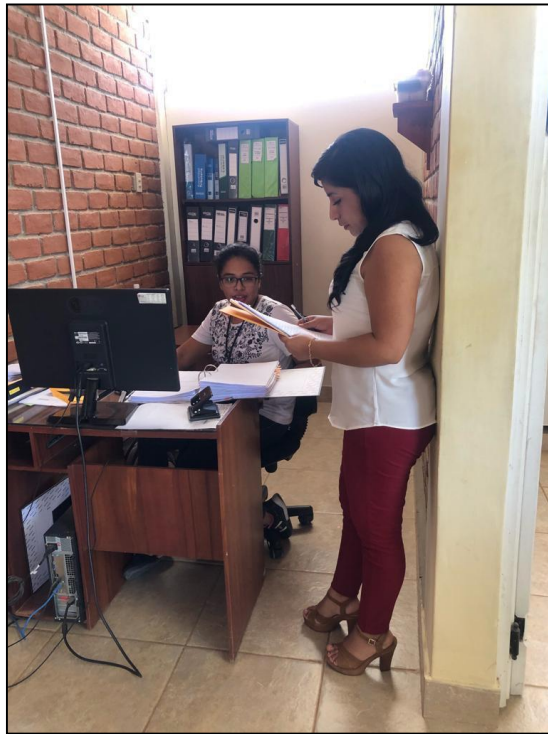
Fuente: Guía de entrevista aplicado al gerente

Ilustración 2. Personal de oficina de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C



Fuente: Encuesta aplicada al personal

Ilustración 3. Personal de oficina de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C



Fuente: Encuesta aplicada al personal

Ilustración 4. Personal de oficina de la empresa FRUITXCHANGE S.A.C



Fuente: Encuesta aplicada al personal

Ilustración 5. Comunidad local entorno a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C



Fuente: Encuesta aplicada a la comunidad local

Ilustración 6. Comunidad local entorno a la empresa FRUITXCHANGE S.A.C



Fuente: Encuesta aplicada a la comunidad local

Anexo N° 13. Acta de originalidad de Turnitin

	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
---	---------------------------------------	---

Yo Freddy Wiliam Castillo Palacios docente de la Facultad Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo filial Piura, revisor de la tesis titulada:

“RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y SU INFLUENCIA EN LA VENTAJA COMPETITIVA DE LA EMPRESA FRUITXCHANGE S.A.C., SULLANA 2018”

De la estudiante **ROSALES PURIZACA BERTHANY DEL SOCORRO** constato que la investigación tiene un índice de similitud de 25% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.



Piura 11 de julio del 2019

Dr. Freddy Wiliam Castillo Palacios
DNI: 02842237

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Anexo N° 14. Pantallazo del porcentaje Turnitin

Feedback Studio - Google Chrome
https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?s=2&lang=es&io=1151000249&u=1050417369

feedback studio Tesis -- /0 < 19 de 29 > ?

Resumen de coincidencias X

25 %

Responsabilidad social corporativa y su influencia en la ventaja competitiva de la empresa
FRUITXCHANGE S.A.C., Sullana 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORA:
Bach. Rosales Purizaca, Berthany Del Socorro (ORCID: 0000-0003-3568-8602)

ASESOR:
Dr. Castillo Palacios, Freddy William (ORCID: 0000-0001-5815-6559)

Dr. Freddy W. Castillo Palacios
REG. UMG OF COLEG. N° 842

1 Entregado a Universidad... 17 % >
Trabajo del estudiante

2 repositorio.ucv.edu.pe 2 % >
Fuente de internet

3 Entregado a Universidad... 1 % >
Trabajo del estudiante

4 repositorio.espe.edu.ec 1 % >
Fuente de internet

5 www.dapaco.uoe.edu.ec <1 % >
Fuente de internet

6 www.fri.ca <1 % >
Fuente de internet

7 recursosbiblio.uni.edu.gt <1 % >
Fuente de internet

Página: 1 de 48 Número de palabras: 14459 Text-only Report High Resolution Activado 19:39 11/07/2019



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Rosales Purizaca, Berthany Del Socorro
D.N.I. : 41020223
Domicilio : Calle San Martín Nro 335 A.H. Campo Polo – Castilla, Piura
Teléfono : Fijo : ----- Móvil 943 770 628.
E-mail : berthany_rp@hotmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

☒ Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales
Escuela : Administración
Carrera : Administración
Título : Licenciada en Administración

☐ Tesis de Post Grado

☐ Maestría

☐ Doctorado

Grado :
Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:
Rosales Purizaca, Berthany Del Socorro

Título de la tesis:
"RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y SU INFLUENCIA EN LA
VENTAJA COMPETITIVA DE LA EMPRESA FRUITXCHANGE S.A.C.,
SULLANA 2018"

Año de publicación : 2019

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis. ☒

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis. ☐

Firma :

Fecha : 10/12/2019

Anexo N° 16. Autorización de la versión final de tesis



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

ROSALES PURIZACA BERTHANY DEL SOCORRO

INFORME TITULADO:

“RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y SU INFLUENCIA EN LA VENTAJA COMPETITIVA DE LA EMPRESA FRUITXCHANGE S.A.C., SULLANA 2018”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 21/12/2019

NOTA O MENCIÓN: Aprobado




DRA. NELIDA RODRÍGUEZ DE PEÑA
Directora de la Escuela de Admin.

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN